

STRATEGI BERSAING PADA PT. BANK SYARIAH BERKAH
DANA FADHLILLAH DALAM MENARIK NASABAH
MENURUT TINJAUAN EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I)



DISUSUN OLEH :

NONIK KRISTANTI
NIM: 10725000068

PROGRAM SI
JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM

RIAU
2011

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi oleh faktor yang di sebabkan kurangnya minat masyarakat khususnya di daerah Air Tiris untuk menabung atau menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tersebut.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, yang beralamat di Jl. Raya Pekanbaru-Bangkinang Km 50 depan SMU 2 Air Tiris Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar-Riau.

Adapun tujuan dari penelitian ini penulis ingin mengetahui hal apa saja yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat setempat untuk menabung atau menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah. Selain itu juga penulis ingin mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah serta bagaimana ekonomi Islam memandang strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan, data diambil dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data dikumpul melalui observasi, wawancara dan studi dokumen yang kemudian dianalisa dengan teknik analisa kualitatif dengan menggunakan metode deduktif. Yang menjadi populasi dari penelitian ini yaitu pimpinan, karyawan/I yang berjumlah 14 orang. Sample dari penelitian ini menggunakan teknik *total sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi dalam menarik nasabah yang dilakukan oleh PT. Bank

Syariah Berkah Dana Fadhlillah yaitu dengan cara promosi, hadiah, pelayanan dan produk. Dalam melaksanakan strategi tersebut yaitu untuk mempertahankan dan mengembangkan eksistensi produk-produk yang ada untuk memotivasi nasabah dalam menabung. Sedangkan pelaksanaan dilapangan para nasabah merasakan telah sesuai dengan Islam. Walaupun masih belum sepenuhnya merasa puas terhadap strategi tersebut, dalam hal promosi, hadiah, pelayanan dan produk. Namun dalam tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi yang dilakukan oleh Berkah Dana Fadhlillah secara keseluruhan telah sesuai syara'.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI..... iv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Batasan Masalah..... 8

C. Rumusan Masalah 9

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9

E. Metode Penulisan 15

F. Sistematika Penulisan 15

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Berkah

Dana Fadhlillah 18

B. Visi dan Misi 20

C. Struktur Organisasi 21

D. Produk-Produk 44

BAB III : TINJAUAN TEORI TENTANG STRATEGI BERSAING

A. Pengertian Strategi dan persaingan	49
B. Sumber-Sumber Persaingan	52
C. Jenis-Jenis Persaingan	52
D. Menghadapi Persaingan	53
E. Strategi Keunggulan Bersaing.....	59
F. Pandangan Islam Terhadap Persaingan.....	60

BAB IV : STRATEGI BERSAING PADA PT. BANK SYARIAH BERKAH DANA FADHLILLAH DALAM MENARIK NASABAH MENURUT TINJAUAN EKONOMI ISLAM

A. Strategi Bersaing Pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Dalam Menarik Nasabah	66
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Bersaing Pada PT.Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Dalam Menarik Nasabah	78

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.....	84
B. SARAN	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia mayoritasnya beragama Islam, secara kuantitas berada pada posisi puncak, hal ini terbukti bahwa masyarakat muslim di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia. Fakta ini menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai potensial yang sangat besar dalam pengembangan sistem ekonomi Islam.

Potensi ini dapat dilakukan dalam bermuamalah atau ekonomi, sehingga perlu adanya sebuah lembaga yang prakteknya benar-benar sesuai dengan tuntutan Islam itu sendiri. Hal ini di buktikan dengan banyaknya berdiri lembaga keuangan yang berbasis syariah.

Bank syariah lahir sebagai salah satu alternatif terhadap persoalan bunga dan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank syariah. Bank syariah lahir di Indonesia pada sekitar tahun 1990an atau tepatnya setelah adanya pengaturan pemerintah Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dalam bentuk sebuah bank yang operasinya menggunakan sistem bagi hasil.¹

¹ Muhammad, *Teknik Penghitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 1.

Bank secara umum dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa lainnya.² Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dan dipertegas dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist.³ Perbedaan pokok antara bank konvensional dengan bank Islam terletak pada landasan falsafah yang dianutnya. Bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktifitasnya, sedangkan bank konvensional sebaliknya. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan sangat berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank Islam. Sebagai landasan dapat di lihat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 275 dan surat An-Nisaa': 29



²Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), Cet ke-2, h.81.

³Muhammad, *Manajemen Bank Sayariah*, (Yogyakarta: UPPAMP YKPN, 2005), h.13.

(QR. Al-Baqarah : 275).⁴

[illegible]

Strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di mata konsumen menjadi berbeda, mengenali kekuatan

⁵ *Ibid*, h. 107.

dan kelemahan pesaing, memiliki spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar untuk menjadi yang terbaik.⁶

Masyarakat atau nasabah merupakan modal yang sangat berharga demi kelangsungan suatu perusahaan, terutama sekali suatu lembaga keuangan yang tidak terlepas dari nasabah yang akan mempergunakan jasa baik di dalam investasi maupun jasa.⁷

PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah merupakan salah satu bank syariah yang bergerak dalam usaha pemberian jasa keuangan dalam bentuk simpanan, pembiayaan dan jasa lainnya. PT. Bank Syariah Berkah Fadhlillah berlokasi di Jl. Raya Pekanbaru-Bangkinang Km. 50 Kampar Air Tiris Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar merupakan bank yang berlokasi di mana penduduknya mayoritas beragama Islam. Hal ini berarti ada peluang/kesempatan yang besar untuk menarik nasabah.

Dalam memperkenalkan produknya PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah kepada masyarakat, salah satunya dengan mempromosikan produknya tersebut melalui brosur. Apabila produk tersebut sudah mengalami pertumbuhan dan penjualan meningkat maka sampailah produk tersebut dalam tahap kedewasaan atau puncak produk. Setelah produk tersebut sudah mencapai tahap kedewasaan maka

⁶ Suyanto, *Marketing Strategy*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h.16.

⁷ Arif (Marketing), PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, *Wawancara*, Tanggal 26 April 2011

seseorang produsen harus memperhatikan kualitas dan kuantitas produk tersebut agar tidak mengalami penurunan penjualan, yang mengakibatkan kerugian.⁸

Setiap produk yang dikeluarkan oleh perbankan pasti akan melewati tahap-tahap di atas, yakni tahap dimana produk mulai diperkenalkan sampai pada tahap penurunan minat masyarakat pada produk tersebut. Apabila sudah terjadi penurunan seperti ini maka bank perlu melakukan terobosan-terobosan baru yang dapat menunjang eksistensi produk tersebut. Maka dapat dilakukan balas jasa kepada nasabah, baik berupa bunga/bagi hasil, hadiah dan jasa lainnya.

Memberikan hadiah merupakan salah satu cara bagi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah untuk menarik minat nasabah terhadap produk-produk yang dikeluarkan. Salah satunya dengan cara menonjolkan produk tabungan tanpa biaya, bagi nasabah yang jumlah tabungannya minimal Rp 50.000 mempunyai kesempatan untuk mendapatkan undian hadiah berupa jam dinding atau baju dan masih banyak lagi.⁹

Dalam Islam hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan¹⁰. Salah satu bentuk yang digunakan Rasul SAW dalam membudayakan pemberian hadiah, sesuai dengan sabda Rasul SAW berikut ini:

⁸ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 140.

⁹ Arif (Marketing), PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, *Wawancara*, Pekanbaru, Tanggal 26 April 2011.

¹⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 211.

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : تهادوا فان الهدية تذهب وحر الصدور ولا تحقرن جارة لجارتها ولو شق فرس شاة

“Dari Abu Hurairah Rasulullah SAW bersabda : “saling memberi hadiahlah kamu, karena hadiah itu dapat menghilangkan perasaan tidak enak di hati. Dan janganlah seseorang merasa tidak enak ketika memberi hadiah dengan sesuatu yang tidak berharga”. (H. R. Turmizi).¹¹

Hadis di atas menjelaskan bahwa Rasul SAW berpesan agar umat Islam saling memberi hadiah. Tidak ada alasan untuk tidak memberi hadiah, karena dalam hadiah terdapat nilai kasih sayang antara pemberi dan penerima. Jenis, kualitas atau harga barang yang akan dihadiahkan tidak menjadi hal yang terlalu penting. Selain itu dengan memberikan hadiah juga dapat menghilangkan perasaan tidak enak di hati. Sehingga hal tersebut dapat menimbulkan rasa kasih sayang dan keakraban sesama umat.

Pada pengamatan yang telah penulis lakukan di lapangan, penulis melihat bahwa PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah ternyata masih banyak juga masyarakat khususnya Air Tiris yang kurang tahu bahkan tidak mengetahui sama sekali tentang PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tersebut, dan mereka juga

¹¹Imam Tirmizi, *Sunan At-Tirmizi, Juz 4* (Tt: Darul Fikr, 1994), h. 49.

tidak mengetahui prinsip-prinsip operasional PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dan perbedaannya dengan bank konvensional.¹²

Sementara dari hasil wawancara penulis, bahwasannya ada keluhan-keluhan nasabah yang tidak mendapatkan respon ataupun tanggapan dari pihak bank yang berkaitan dengan sistem operasional/jaringan, tidak adanya keamanan di sekitar lokasi bank dan tidak tersedianya fasilitas ATM yang membuat nasabah harus datang sekitar dua hari apabila akan mengambil tabungannya tersebut. Itulah yang mengakibatkan masyarakat khususnya di Air Tiris tidak mau menjadi nasabah¹³.

Dengan banyaknya berdirinya bank-bank, tingkat persaingan yang terjadipun semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup perusahaan sebagai pelaku bisnis dituntut untuk untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik yang akan tetap bertahan hidup.

Mendirikan sebuah perusahaan adalah untuk mencari keuntungan atau laba yang maksimal, tujuan tersebut dapat tercapai apabila perusahaan mampu berusaha mempertahankan dan meningkatkan kemampuan perusahaan . salah satu cara untuk dapat memuaskan konsumen dan sekaligus untuk dapat memenangkan persaingan adalah dengan membuat perbedaan dari jasa atau produk yang dipasarkan dibandingkan jasa atau produk perusahaan pesaingnya, sehingga konsumen

¹²Holil Asyari (Personalia), PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 31 Mei 2011.

¹³Ridho Dinata (Nasabah), *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 04 oktober 2011.

merasakan adanya perbedaan yang bersifat positif di bandingkan dari jasa atau produk perusahaan lainnya.

Untuk meningkatkan daya saing perusahaan, salah satu unsur yang membedakanya adalah produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta pelayanan yang baik dan memuaskan akan memberikan kesan yang tersendiri bagi konsumen, sehingga tentunya akan berdampak positif bagi citra perusahaan kedepannya. Selain itu diperlukan pula personalia yang tangguh untuk mendukung strategi-strategi persaingan yang dilakukan serta memiliki saluran distribusi yang handal. Dengan kemampuan yang di miliki perusahaan juga melakukan promosi ke masyarakat, sehingga tertanam image dalam benak konsumen untuk memberi produk yang di tawarkan perusahaan.

Mengajak seseorang kepada kebaikan itu sangat di anjurkan, begitu juga halnya dengan strategi yang di terapkan oleh Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik masyarakat agar mau menjadi nasabah tidak dipaksakan, itu semua tergantung dari kefahaman masyarakat apakah ingin menjadi nasabah pada bank syariah atau bank konvensional.

Melihat kenyataan tersebut, tentunya perusahaan harus lebih meningkatkan penjualan produknya agar dapat memuaskan kebutuhan sesuai dengan keinginan konsumen dengan meningkatkan strategi/kebijakan yang telah ditetapkan, agar nantinya konsumen akan menjadi pelanggan yang setia perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul "STRATEGI BERSAING PADA PT. BANK SYARIAH BERKAH

DANA FADHLILLAH DALAM MENARIK NASABAH MENURUT TINJAUAN EKONOMI ISLAM”.

B. Batasan Masalah

Untuk mendapatkan rincian yang lebih aktual tentang inti permasalahan maka pembahasan dalam tulisan ini lebih difokukan pada strategi bersaing pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah menurut Tinjauan Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Setelah melihat dari belakang masalah di atas, maka penulis mencoba untuk menarik perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah?
2. Bagaiman Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah.
- b. Untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Sebagai bahan masukan bagi pihak PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.
- b. Sebagai penerapan ilmu Ekonomi Islam yang penulis dapatkan selama dibangku kuliah terutama yang berhubungan dengan strategi.
- c. Sebagai wawasan yang baru dalam perkembangan ilmu pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan.
- d. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah yang berkantor pusat di Jl. Raya Pekanbaru-Bangkinang Km 50 depan SMU 2 Air Tiris Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar-Riau. Alasan mengambil lokasi dikarenakan mudah di jangkau, menghemat biaya dan waktu serta penulis ingin meneliti apa yang menjadi penyebab masyarakat khususnya Air Tiris tidak mau menjadi nasabah pada Bank Syariah Berkah dalam menempatkan dananya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan/i PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah. Sedangkan sebagai objeknya adalah strategi

bersaing pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit yang ciri-cirinya dapat di duga.¹⁴

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan/i PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.

b. Sampel

Sampel adalah wakil dari populasi yang memenuhi persyaratan untuk memberikan keterangan kepada penulis mengenai objek penelitian. Untuk menentukan besar kecilnya sampel suatu penelitian sebenarnya tidak ada ketentuan mutlak berapa besar prosentase sampel yang harus diambil dari populasi.¹⁵

Untuk mengambil sampel di PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah yang populasinya sedikit maka penulis menggunakan teknik *total sampling* yaitu sebanyak 14 orang karyawan/i, terdiri dari 1 orang pimpinan dan 13 orang karyawan.

¹⁴ Masri Singarimbun dan Sopian Efendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia, 1995), h. 152.

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Yayasan Fakultas Psikologi UGM, 1987), Jilid 1, h. 152.

4. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara dengan informan yang terkait dari PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang bersumber dari dan buku-buku yang memuat informasi mengenai materi yang berhubungan dengan strategi khususnya materi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu suatu kegiatan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau belangko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi.¹⁶

b. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak, yang dikerjakan secara sistematis, berdasarkan tujuan penelitian.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 229.

Umumnya dua orang atau lebih hadir secara fisik. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai check-list. Dalam hal ini mereka mula-mula interview menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lebih lengkap dan mendalam.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam melakukan penelitian, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, literatur, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati.

6. Analisis Data

Penelitian pada hakikatnya merupakan salah satu rangkaian kegiatan ilmiah baik untuk keperluan mengumpulkan data, menarik kesimpulan atas gejala-gejala tertentu. Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitatif. Dilihat dari tujuan analisis, maka ada dua hal yang ingin dicapai

dalam analisis data kualitatif, yaitu menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena sosial dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut, dan menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses suatu fenomena sosial itu.

Menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena sosial adalah mengungkapkan semua proses etik yang ada dalam suatu fenomena sosial dan mendeskripsikan kejadian proses sosial itu apa adanya sehingga tersusun suatu pengetahuan yang sistematis tentang proses-proses sosial, realitas, dan semua atribut dari fenomena tersebut. Sedangkan menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data dan proses sosial suatu fenomena sosial dimaksud adalah mengungkapkan peristiwa emik yaitu peneliti harus menaruh perhatian pada masalah penting yang diteliti dari objek yang diteliti dan berkemaknaan fenomena sosial itu dalam pandangan objek-subjek sosial yang diteliti. Sehingga terungkap suatu gambaran emik terhadap suatu peristiwa sosial yang sebenarnya dari fenomena sosial yang tampak.¹⁷

Penelitian kualitatif bersifat pemberian (deskriptif), artinya mencatat secara teliti segala gejala atau fenomena yang dilihat dan didengar serta dibacanya (via wawancara atau bukan, catatan lapangan, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dokumen resmi atau bukan, dan lain-lain). Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data.

¹⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 153.

Diantaranya melalui tiga tahap model air, yaitu reduksi data, penyajian atau display data,¹⁸ dan verifikasi. Reduksi data adalah data-data yang sudah dicatat diseleksi apakah masing-masing data tersebut bisa dimasukkan kedalam konsep kedalam suatu bentuk tertentu sehingga terlihat sosoknya secara utuh yang disebut dengan penyajian atau display data. Display data berguna untuk memetakan data yang telah di reduksi bagi kemudahan pengukuran data-datanya. Data yang sudah sampai pada tahap display data selanjutnya diverifikasi, yaitu membuat kesimpulan dari hasil reduksi dan display data tersebut.

7. Metode Penulisan

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penulisan Deduktif, yaitu penulis berusaha mengemukakan kaedah-kaedah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan diambil kesimpulan secara khusus.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan pengertian dalam penulisan, maka penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Kerangka Teori, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

¹⁸Setya Yuwana Sudikan, *Ragam Metode Pengumpulan Data*, dalam Burhan Bungin (ed), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), h. 93.

BAB II : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.
2. Visi dan Misi.
3. Struktur Organisasi.
4. Aktifitas Perusahaan.

BAB III : TINJAUAN TEORI TENTANG STRATEGI BERSAING

- A. Pengertian Strategi dan Persaingan.
- B. Sumber-sumber persaingan.
- C. Jenis-jenis persaingan.
- D. Menghadapi persaingan.
- E. Strategi Keunggulan Bersaing
- F. Strategi Bersaing Menarik Nasabah Dalam Islam.

BAB IV : STRATEGI BERSAING PADA PT. BANK SYARIAH BERKAH DANA FADHLILLAH DALAM MENARIK NASABAH

- A. Strategi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Dalam Menarik Nasabah.
- B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Bersaing Pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Dalam Menarik Nasabah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah

PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, disingkat dengan BANK SYARIAH BERKAH adalah suatu lembaga keuangan yang menggunakan sistem syari'at Islam. Bank perkreditan rakyat syariah mengemban misi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat menengah kebawah. Lembaga perekonomian ini berdiri pada tanggal 11 Juni 1994 berdasarkan Akte Notaris H. Muhammad Afdal Gazali, SH dengan modal disetor Rp 200.000.000, Izin Operasionalnya diberikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. Kep-197/KM-17/1996 tanggal 6 Juni 1996. Berawal dari berdirinya PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Air Tiris merupakan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya peningkatan perekonomian yang sudah semakin meningkat. Apalagi perekonomian menggunakan prinsip syariah atau dengan kata lain perekonomian yang mengacu kepada ketentuan-ketentuan Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadits yang terhindar dari praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur riba untuk diisi dengan kegiatan investasi. Walaupun dengan fasilitas, sarana dan prasarana seadanya, Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah memulai kiprahnya di Pasar Air Tiris, Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Kehadiran Bank

Syariah Berkah Dana Fadhlillah disambut antusias oleh masyarakat agamis yang kuat menjaga dan menjalankan ajaran Islam¹.

Dari hari kehari PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Air Tiris terus menunjukkan kemajuan. Ini tidak terlepas dari kesadaran masyarakat untuk meningkatkan taraf perekonomiannya. Masyarakat menyadari bahwa Islam adalah agama yang melihat pentingnya peranan ekonomi dalam kehidupan, baik dunia maupun akhirat. Islam menganjurkan bahwa harta merupakan bagian yang terpenting dalam kehidupan kaum muslimin.

Sebagai lembaga keuangan syariah, semua produk, jasa dan seluruh aktivitas Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah disesuaikan dengan prinsip syariah. Kegiatan utama dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat disesuaikan juga dengan apa yang telah dipraktekkan oleh bank-bank syariah yang ada terutama Bank Muamalat Indonesia sebagai pelopor lahirnya perbankan syariah di Indonesia.

Saat ini Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah mempunyai 3 kantor pelayanan yaitu pusat di Jl. Raya Pekanbaru-Bangkinang Km. 50 depan SMU 2 Air Tiris Kecamatan Kampar, Kantor Pelayanan Kas di Jl. Raya Pekanbaru-Bangkinang KM. 25 depan Pasar Danau Bingkuang, Kecamatan Tambang, dan Kantor Kas yang berada di Jl. HR. Subrantas Km. 13 Panam Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan, Pekanbaru.

¹*Dokumentasi*, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Air Tiris.

Dipilihnya Air Tiris sebagai tempat kedudukan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah karena letak geografisnya yang strategis, yaitu diantara ibu kota Kabupaten dan Provinsi dengan didukung transportasi yang lancar serta penduduk setempat adalah masyarakat Islam, dan hal inilah sangat memungkinkan untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan yang menerapkan sistem ekonomi Islam.

Jadi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Air Tiris ini sudah berdiri sejak tahun 1994 dan beroperasi sejak tahun 1996, artinya bank ini sudah berdiri hampir 16 tahun. Diantara keberhasilannya bank tersebut selama beroperasi sudah dapat membuka 2 kantor cabang yang berada di pasar Danau Bingkuang dan Kecamatan Tampan Pekanbaru².

B. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar

a. Visi

Untuk menjadikan Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah yang lebih peduli pada masyarakat golongan menengah kebawah, maka Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah memiliki Visi “*Menjadi bank syariah unggulan yang sehat dan kuat, sehingga mampu berperan sebagai motor penggerak dalam memberdayakan perekonomian rakyat kecil dan menengah*”.

² *Ibid.*

b. Misi

Adapun Misi Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah yang ada di Kabupaten Kampar adalah :

- a. Mengerakkan usaha-usaha masyarakat dengan menghimpun dan menyalurkan dana pada usaha-usaha produktif.
- b. Meningkatkan kemampuan usaha masyarakat dengan kerjasama dalam manajemen usaha.
- c. Memberikan tingkat keuntungan yang memadai bagi pemegang saham dan umat dengan mengutamakan cara-cara yang halal dan diridhoi Allah SWT.
- d. Ikut serta dalam membangkitkan ekonomi masyarakat yang Islami.

Dengan memiliki Visi dan Misi yang jelas, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah diharapkan dapat mewujudkan dan membantu perkembangan perekonomian masyarakat Riau khususnya di daerah Kampar baik usaha kecil, menengah maupun lapisan atas.

C. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Kabupaten Kampar

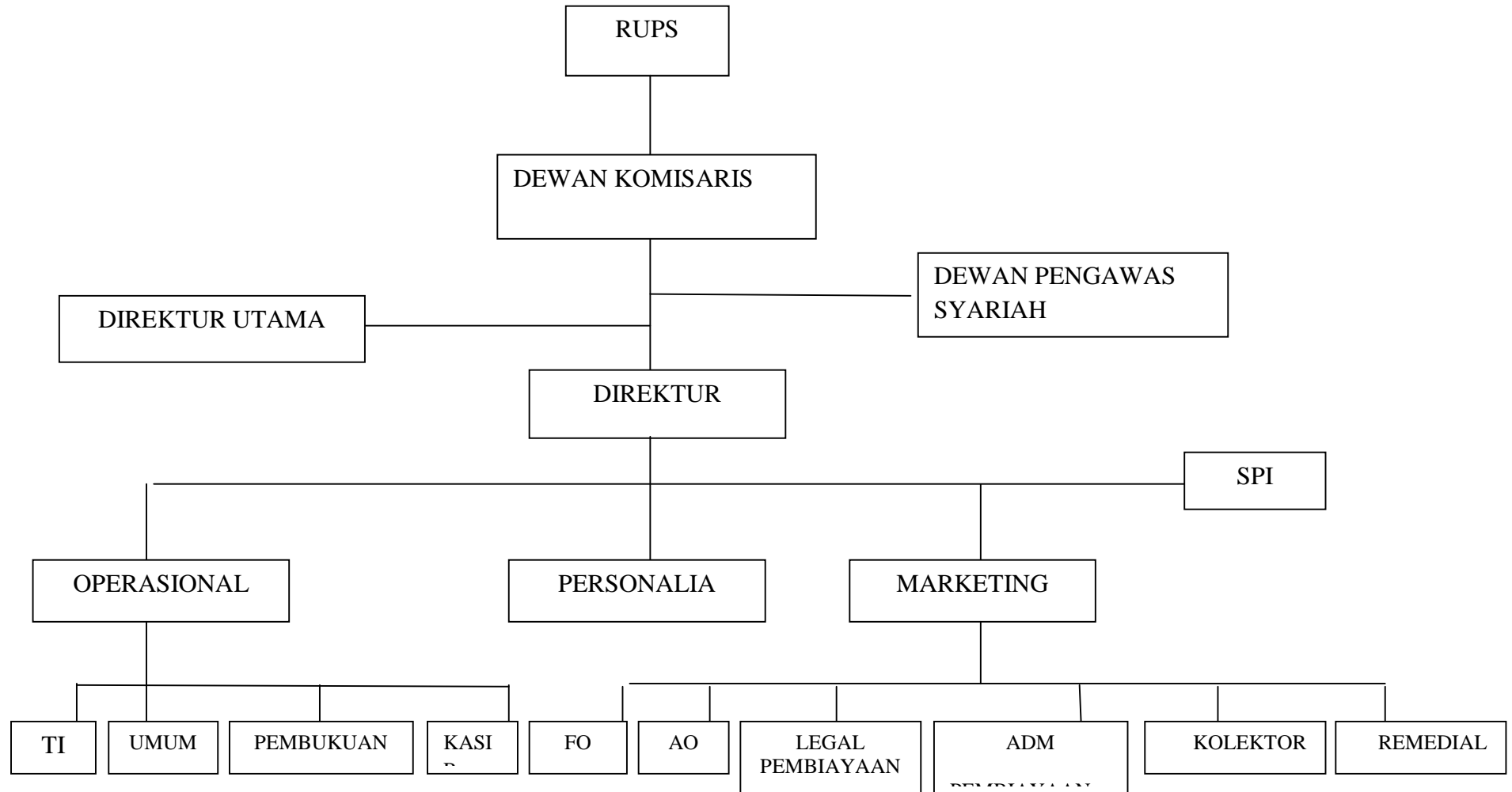
Dalam suatu perusahaan struktur organisasi mempunyai arti yang sangat penting. Karena maju mundurnya suatu perusahaan ditentukan oleh organisasi yang baik. Struktur organisasi adalah suatu kerangka yang memperhatikan sejumlah tugas dan wewenang tentang pelaksanaan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan dalam suatu perencanaan. Perencanaan dalam suatu

organisasi sangat penting artinya bagi suatu perseroan, karena struktur seseorang dapat memperjelas batas dari tugas organisasi, sehingga hal ini dapat menghilangkan hambatan-hambatan dalam melaksanakan pekerjaan yang disebabkan oleh tidak ada ketentuan yang keras dalam pemberian tugas serta tidak ada jaringan komunikasi dalam setiap keputusan yang akan mendukung sasaran untuk pencapaian tujuan.

Adapun struktur organisasi yang baik yaitu dapat memberikan staffing yang baik, memberikan directing yang baik pula sehingga disini akan memudahkan untuk melakukan controlling. Controlling ini diperlukan untuk melihat budgeting(anggaran) suatu perusahaan yang mana budgeting(anggaran) ini merupakan suatu laporan yang kemudian dilaporkan kepada pimpinan. Struktur organisasi yang baik juga haruslah memenuhi syarat efektif dan efisien. Suatu organisasi yang efektif adalah jika memungkinkan setiap individu mencapai sasaran organisasi.

PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah sebagai suatu organisasi, dalam suatu kegiatannya telah merumuskan aturan-aturan pembagian tugas, wewenang dan tanggung-jawab personil maupun bagian-bagian kegiatan secara bersama untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK SYARIAH BERKAH DANA FADHLILLAH



Tugas dan wewenang serta tanggung jawab pada struktur organisasi tersebut adalah :

1. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

Adapun tugas dan tanggung jawab RUPS adalah sebagai berikut :

- a. Mengangkat dan memberhentikan komisaris dan Direksi.
- b. Meminta pertanggung jawaban dewan komisaris dan Direksi atas pelaksanaan tugas yang telah dibebankan kepada direksi dalam satu periode pengurusan.
- c. Menetapkan pembagian *dividen* yang diperoleh dalam satu periode.

2. Dewan Komisaris

Adapun tugas dan tanggung jawab dewan komisaris adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan rencana dan anggaran yang telah dibuat dan telah disetujui oleh RUPS.
- b. Memberikan persetujuan atau penolakan atas usulan atau permohonan diluar dari batas dan wewenang Direksi.
- c. Melaksanakan segala hal yang menjadi keputusan dalam RUPS sesuai dengan fungsinya.
- d. Bertanggung jawab atas laporan-laporan yang dibuat dan disampaikan oleh bagiannya untuk kepentingan intern dan ekstern (Bank Indonesia, pajak, dll).
- e. Melakukan evaluasi, pembinaan dan pengembangan karir personalia yang ada dibawahnya.

3. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah berfungsi sebagai dewan yang mengawasi dan menetapkan apakah produk yang dikeluarkan oleh bank tersebut sesuai dengan syariah atau tidak.

4. Direksi

Direksi yang terdiri dari seorang direktur utama dan direktur yang bertugas dalam memimpin dan mengawasi kegiatan bank sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui oleh dewan komisaris.

5. Satuan Pengawasan Intern

Adapun tugas dan tanggung jawab satuan pengawas intern adalah sebagai berikut :

- a. Melaksanakan kontrol dan pengawasan melekat kepada pegawai dan aktivitas kerja baik di seluruh unit perusahaan sehingga akan tercapai efisiensi yang pada tahap berikutnya dapat memperkecil resiko dan atau kesalahan serta kegagalan kerja.
- b. Memberikan *voucher-voucher* pembukuan tentang keabsahan, wewenang, tanda tangan dan kebenaran pengisian serta meneliti hasil print out listing (ledger).
- c. Memeriksa *voucher-voucher* pembukuan dengan daftar mutasi mengenai kebenaran posting, nomor rekening dan nominal yang disesuaikan dengan print out.

- d. Mengelola *voucher-voucher* menurut rekening buku besar dan tanggal pembukuannya.
- e. Memantau persediaan formulir berharga.
- f. Memastikan agar dokumen rahasia dan alat-alat pengamanan tersimpan dan terpelihara sebagaimana mestinya.
- g. Memastikan pengiriman laporan tepat pada waktunya.
- h. Melakukan penelitian atas transaksi/voucher pembukuan dan print out data komputer/pembukuan berupa jurnal harian, neraca, rekening lainnya.
- i. Mengontrol dan menganalisa realisasi kinerja keuangan dibanding dengan anggarannya.
- j. Meneliti kembali proses pemberian dan pengelolaan pembiayaan (termasuk pengecekan kelengkapan dokumen).
- k. Melakukan pemeriksaan khusus (audit) secara periodik terhadap unit kerja bank.
- l. Melakukan inventarisasi tahunan atas persediaan peralatan dan perabotan kantor.
- m. Memeriksa dan menganalisa neraca, laba/rugi secara *up to date*.
- n. Memberikan masukan kepada direksi atas suatu permasalahan dan temuan yang ditemukan pada unit kerja bank.
- o. Melaksanakan kontrol terhadap file dan dokumen debitur mengenai persyaratan dan perlengkapan perjanjian pembiayaan.

- p. Membuat dan menyusun laporan pelaksanaan kegiatan kontrol/audit harian, triwulan, semesteran dan tahunan kepada Direksi.

6. *Accounting* (Pembukuan)

Adapun tugas dan tanggungjawab accounting (pembukuan) adalah sebagai berikut :

- a. Membuat rekening baru
- b. Melakukan input transaksi berdasarkan nota yang dibuat sendiri atau oleh bagian lain setelah mendapat persetujuan dari manajer operasional dan atau direksi.
- c. Melaporkan kepada manajer operasional, unit kerja lain dan atau direksi bila terdapat dokumen dan formulir yang belum lengkap atau tidak sesuai dengan aturan yang berlaku.
- d. Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan harian, dan memeriksa kebenarannya, termasuk menghindari timbulnya selisih.
- e. Melakukan verifikasi semua transaksi dibagian operasi sampai keluar neraca percobaan dan neraca harian atau memeriksa input data yang dilakukan sendiri maupun bagian lain, dan mengkoordinasikannya bila terdapat selisih.
- f. Segera melaporkan kepada manajer operasi bila terjadi selisih yang tidak bisa ditemukan dan bila terjadi kerusakan pada bagian sistem/program pembukuan.

- g. Memeriksa rekening-rekening nasabah maupun rekening lainnya dan menghindari terjadinya error yang menyebabkan timbulnya selisih atau kesalahan dalam laporan maupun daftar rekening.
- h. Melakukan pengawasan terhadap rekening jatuh tempo, mencetak laporannya dan menyampaikan kepada manajer operasional dan atau menyampaikan ke bagian lain yang berhubungan dengan rekening dimaksud.
- i. Memantau kewajiban-kewajiban bank yang akan jatuh tempo, melaporkan ke manajer operasional untuk tindakan selanjutnya.
- j. Melakukan pembaharuan data-data yang sudah tidak aktif lagi setelah mendapat persetujuan direksi.
- k. Bertanggungjawab atas pembuatan laporan keuangan dan laporan lainnya sehubungan dengan tugas-tugasnya secara harian, bulanan, triwulan, semesteran dan tahunan kepada bank indonesia, direksi, serta pihak ekstern dan intern yang dibutuhkan dana tau diminta langsung oleh manajer operasional dan atau direksi.
- l. Bertanggungjawab atas kebenaran transaksi yang diinput dana atau laporan-laporan yang dikeluarkannya.
- m. Bagian pembukuan juga bertugas dan bertanggungjawab melakukan pengarsipan dan dokumentasi arsip-arsip: bilyet deposito, buku tabungan baik yang sudah dipakai maupun yang belum.

7. Kasir/Teller

Adapun tugas dan tanggungjawab kasir/teller adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat, cermat, lancar dan ramah sehubungan dengan transaksi yang dilakukannya.
- b. Mengatur dan bertanggungjawab atas dana kas yang tersedia, surat-surat berharga lainnya baik milik bank maupun nasabah yang dipercayakan disimpan di bank.
- c. Bertanggungjawab atas kecocokan saldo awal dengan saldo akhir uang tunai pada box teller di akhir hari.
- d. Menerima, menyusun serta menghitung secara hati-hati setiap setoran nasabah.
- e. Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang berdasarkan slip penarikan dari nasabah.
- f. Menandatangani formulir-formulir serta slip setoran dan slip penarikan dari nasabah.
- g. Meminta persetujuan pejabat yang berwenang untuk mengotorisasi pengeluaran uang.
- h. Membubuhi cap “tunai”, “verifikasi” dan cap-cap lain setiap dokumen pembayaran yang diuangkan atau penerimaan kas.
- i. Pengurus mengeluarkan uang kas untuk petty cash, penarikan tabungan dan atau deposito yang telah disetujui oleh pejabat bank yang ditunjuk.

- j. Melakukan input transaksi tunai terhadap tabungan dan deposito serta pengambilan uang tunai lainnya.
- k. Melaporkan kepada manajer operasional jumlah kas yang tersedia jika sudah mencapai batas maksimum dan minimum.
- l. Kasir bertanggungjawab atas kebenaran penghitungan uang.
- m. Kekurangan dan atau kehilangan yang disebabkan kelalaian merupakan tanggungjawab kasir.
- n. Melaporkan kondisi fisik uang (tak layak edar atau jumlah uang kecil yang terlalu banyak) untuk ditukarkan ke bank indonesia atau bank umum lainnya.
- o. Kasir bertugas dan bertanggungjawab terhadap penyimpanan dan pendokumentasian permohonan tabungan dan deposito beserta kelengkapannya.
- p. Kasir bertugas dan bertanggungjawab terhadap penyimpanan surat-surat berharga bank seperti buku tabungan, bilyet deposito di bank lain, chek serta surat-surat berharga lainnya.

8. Bagian Umum dan Personalia

adapun tugas dan tanggung jawab bagian umum adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab terhadap kegiatan pengamanan aset bank.
- b. Mengelola dan mengadministrasikan aktiva tetap, perabotan/peralatan kantor dan alat-alat tulis kantor serta kegiatan menyewa keperluan kantor.

- c. Mengontrol pemakaian inventaris dan melakukan perbaikan sebagaimana diperlukan.
- d. Bertanggungjawab terhadap penyediaan dan pengelolaan peralatan dan kebutuhan kantor dalam batas wewenangnya.
- e. Merencanakan dan melaksanakan pembelian/pengadaan barang kebutuhan kantor, barang-barang cetakan. Alat-alat tulis, kendaraan dinas, sarana komunikasi dan lain-lain dengan mengajukan permohonan pembelian terlebih dahulu kepada direksi.
- f. Mengawasi penyimpanan, pengeluaran dan penggunaan alat tulis, barang-barang cetakan dan persediaan barang.
- g. Mengupayakan dan menciptakan suasana yang bersih dan nyaman dilingkungan kerja melalui penataan ruangan dan peralatan kerja sesuai dengan kondisi dan kapasitas bank.
- h. Melaksanakan perhitungan dan pembayaran pajak, listrik, telepon, air, asuransi dll.
- i. Mengelola dan mengawasi pengeluaran biaya-biaya harian (kas kecil) dan mengupayakan efisiensi terhadap pengeluaran atau biaya-biaya tersebut.
- j. Melaksanakan pengiriman, penerimaan dan pengarsipan, surat-surat, internal memorandum, disposisi, nota-nota, laporan-laporan kepada nasabah, bank indonesia, lembaga lain serta pihak-pihak lainnya melalui pengiriman langsung, pos, ekspedisi, telex, faxcimile dll.

- k. Menyiapkan, mendistribusikan dan memelihara peraturan-peraturan atau ketentuan perusahaan, internal memorandum dan surat edaran yang berhubungan dengan kegiatan bank.
- l. Menyimpan, memelihara dan melakukan pengkinian data struktur organisasi perusahaan, job description, SK Direksi, peraturan perusahaan, perjanjian-perjanjian bank dengan pihak lain serta karyawan.
- m. Melakukan pengurusan dan pembaruan surat-surat yang berhubungan dengan legalitas perusahaan seperti: akta perusahaan, izin operasional, tanda daftar perusahaan serta surat-surat penting lainnya yang berhubungan dengan aktifitas perusahaan.
- n. Menyimpan dan memelihara dokumen-dokumen penting bank, seperti: akta pendirian bank, perjanjian-perjanjian bank dengan pihak lain, data-data pengurus dan pemegang saham serta surat-surat penting lainnya.
- o. Mengusahakan agar selalu tersedia fasilitas pemeliharaan dan keamanan yang baik atas harta milik bank guna menghindari kerugian yang mungkin ditimbulkan oleh kebakaran, perampokan, tindakan-tindakan kriminal lainnya atau kecurangan-kecurangan yang dilakukan baik oleh karyawan maupun oleh pihak luar.

Adapun tugas dan tanggung jawab personalia adalah sebagai berikut :

- a. Membuat perencanaan kebutuhan karyawan dan mengkoordinasikannya dengan Direksi.

- b. Melakukan pendataan dan pemrosesan seleksi penerimaan calon karyawan.
- c. Menerima hasil evaluasi karyawan dari masing-masing manajer/atasan langsung karyawan.
- d. Melakukan evaluasi terhadap kedisiplinan karyawan secara umum.
- e. Membuat laporan rekapitulasi penilaian kinerja karyawan.
- f. Membuat rencana kenaikan gaji dan atau pangkat karyawan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g. Mengusulkan dan melaksanakan pendidikan yang dilaksanakan secara intern (*inhouse training*) maupun ekstern serta memelihara hubungan kerja sama dengan lembaga pendidikan khususnya dibidang perbankan.
- h. Mengupayakan terciptanya kedisiplinan karyawan serta menyampaikan usul penindakan administratif dan hukuman disiplin kepada Direksi dan atau manajer unit kerja karyawan yang bersangkutan terhadap pegawai yang melakukan pelanggaran.
- i. Mengurus pemindahan dan pemberhentian pegawai sesuai dengan kebutuhan dan keputusan Direksi.
- j. Mengeluarkan surat-surat untuk karyawan: perjanjian kerja, peringatan/teguran yang dikoordinasikan bersama manajer unit kerja masing-masing dengan persetujuan dan atau perintah Direksi.

- k. Meninjau, memperbaharui dan menyusun ketentuan kepegawaian, penetapan dasar penggajian, tunjangan, fasilitas dan lain-lain bentuk penghasilan pegawai.
- l. Melakukan penyempurnaan program, pengembangan pegawai, kadernisasi dan peningkatan produktivitas kerja.
- m. Menampung keluhan-keluhan yang diajukan oleh para karyawan serta memberikan jalan keluarnya, sehingga dapat tercipta suasana kerja yang kondusif, dinamis, harmonis, produktif dan inovatif.
- n. Membayar gaji karyawan
- o. Mengadministrasikan dan melaporkan keperluan asuransi dan perlindungan pegawai.
- p. Menyelenggarakan kegiatan kerohanian (pengajian-pengajian), rekreasi dan olahraga dilingkungan pegawai bank dalam rangka meningkatkan keimanan dan pemantapan mental serta akhlak pegawai bank beserta keluarganya.

9. Account Officer

Adapun tugas dan tanggungjawab account officer adalah sebagai berikut :

- a. Mencari wilayah penyaluran dan penghimpunan dana baru dengan memperhatikan potensi dan peluang produk yang dapat diterima oleh masyarakat.
- b. Mencari debitur dan deposan potensial.

- c. Melempar dana seaman mungkin dengan melakukan analisis pembiayaan secara cermat dan hati-hati terhadap calon debitur.
- d. Melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan dalam pengajuan dan realisasi pembiayaan.
- e. Menjaga hubungan baik dengan debitur dan melakukan pembinaan jika diperlukan.
- f. Memonitor pembiayaan yang telah disalurkan dan melakukan penagihan serta penyelesaian pembiayaan debitur menunggak dan atau bermasalah.
- g. Melakukan evaluasi terhadap debitur bermasalah, potensi bermasalah maupun debitur lancar serta memberikan laporan dan rekomendasi sesuai dengan kondisi debitur untuk restrukturisasi, reschedul, reconditioning pembiayaan.
- h. Membuat laporan secara berkala tentang posisi pembiayaan debitur bermasalah kepada direksi melalui manajer pemasaran.
- i. Melakukan tugas-tugas pemasaran lainnya yang diberikan oleh manajer pemasaran atau direksi.

10. Administrasi Pembiayaan dan Legal

Adapun tugas dan tanggung jawab legal dan administrasi pembiayaan adalah sebagai berikut :

- a. Mengatur, mengkoordinir dan mengawasi semua aktivitas yang berhubungan dengan administrasi pembiayaan.

- b. Melakukan peninjauan jaminan kelapangan bersama dan atau tanpa account officer, dalam rangka pengecekan data-data jaminan pembiayaan nasabah terhadap kondisi yang sebenarnya.
- c. Membuat laporan transaksi atau penilaian jaminan, baik dari sisi hukum maupun ekonomis agunan yang diajukan nasabah.
- d. Membuat kelengkapan/dokumen-dokumen yang berhubungan dengan realisasi pembiayaan nasabah (setelah disetujui pejabat yang berwenang, sesuai kapasitas masing-masing) seperti: perjanjian pembiayaan, offering letter (surat persetujuan pemberian pembiayaan), half sheet pembiayaan, slip: realisasi, biaya administrasi, biaya notaris, biaya asuransi, biaya matrai, tabungan wajib dan dokumen-dokumen lainnya yang diperlukan.
- e. Melakukan pemeriksaan ulang terhadap kelengkapan dokumen yang telah dibuat dan diserahkan oleh account officer sebelum disimpan ditempat masing-masing. Serta memperhatikan catatan persetujuan comitte credit meeting untuk dipenuhi sebagaimana catatan tersebut.
- f. Melakukan proses pengikatan perjanjian pembiayaan dengan nasabah dengan notaris maupun pengikatan dibawah tangan, sesuai ketentuan masing-masing.
- g. Mengatur dan atau mengkoordinasikan pengikatan jaminan dengan notaris.

- h. Mengatur dan bertanggung jawab terhadap penyerahan sampai dikembalikannya dokumen-dokumen yang diserahkan ke kantor notaris atau karyawannya.
- i. Mengawasi dan mengatur pengarsipan semua dokumen yang berhubungan dengan pembiayaan menurut sistem dan tata laksana yang telah ditetapkan.
- j. Menyimpan dokumen permohonan pembiayaan debitur yang telah direalisasi beserta usulan pembiayaan yang dibuat AO setempat yang telah disediakan, dan dokumen perjanjian pembiayaan, akta/ketentuan tambahan (surat kuasa menjual, SKMHT, pengikatan FIDUCIA), serta jaminan debitur kedalam mainvault atau tempat yang telah disediakan.
- k. Mengatur peminjaman arsip/dokumen pembiayaan kepada pegawai yang berwenang dan bertanggungjawab atas pengembalian, kerusakan atau kehilangan dokumen-dokumen tersebut.
- l. Membuat berita acara dan atau administrasi peminjaman, penggantian dan penyerahan (pengembalian) dokumen dan atau jaminan nasabah setelah mendapat persetujuan direksi atau manajer pemasaran.
- m. Mempelajari perjanjian-perjanjian dan dokumen-dokumen pembiayaan yang telah ada dari segi hukum dan administrasi selanjutnya memberikan rekomendasi perbaikan jika diperlukan.

- n. Memberikan pertimbangan-pertimbangan hukum/advis kepada direksi sehubungan dengan tindakan hukum yang akan diambil perusahaan terutama yang berkenaan dengan pembiayaan.
- o. Membantu tugas-tugas penagihan dan pengambil alihan jaminan.

11. Pimpinan Kantor Kas

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan pengawasan menyeluruh terhadap kegiatan dan aktivitas kantor pelayanan kas.
- b. Mengupayakan pelayanan optimal kepada nasabah, calon nasabah, atau masyarakat di kantor pelayanan kas.
- c. Bersama direksi dan manajer pemasaran membuat rencana pemasaran bank di kantor pelayanan kas.
- d. Melakukan otorisasi pengeluaran uang sesuai dengan batas wewenangnya.
- e. Melakukan pengecekan dan perhitungan uang kas setiap hari sebelum di simpan di *nain vault* (brankas).
- f. Mengawasi tingkat kolektibilitas pembiayaan kantor pelayanan kas.
- g. Melakukan kunjungan dan pemantauan terhadap usaha debitur.
- h. Memberikan penugasan yang layak kepada bagian di bawahnya sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing.

12. Asisten Umum

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Bertanggung jawab terhadap keamanan kantor dengan melakukan upaya optimal dalam pelaksanaan kegiatan pengamanan bank.
- b. Melakukan kegiatan pengiriman dan pengambilan uang serta mengupayakan keamanan kegiatan tersebut.
- c. Bertanggung jawab terhadap kebersihan, kenyamanan, kerapian dan tata letak kantor yang baik dan menyenangkan.
- d. Menyediakan makan dan minuman tamu yang dikoordinasi dengan bagian umum.
- e. Membantu kelancaran aktivitas bank lainnya yang diberikan oleh bagian umum atau manajer operasi.

13. Manajer Operasional

Adapun tugas dan tanggungjawab manajer operasional adalah sebagai berikut:

- a. Bersama direksi dan manajer pemasaran membuat rencana kerja.
- b. Mengawasi dan mengkoordinir bagian-bagian yang berada di bawahnya.
 - Pembukuan
 - Kas
 - Umum
- c. Segera melaporkan kepada direksi bila terjadi selisih yang tidak bisa ditemukan.

- d. Mengambil langkah-langkah penyelesaian setelah berkoordinasi dengan direksi, bila terjadi kerusakan pada sistem komputer.
- e. Mengawasi semua mutasi keuangan mulai dari transaksi sampai dengan neraca harian dan atau periodik serta memeriksa kebenarannya, termasuk menghindari timbulnya selisih.
- f. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas pada bagian umum yang melingkupi: kesekretariatan, rumah tangga dan perlengkapan.
- g. Memberikan pertimbangan kepada direksi perihal inovasi dan rencana pengembangan dan perbaikan bagian operasional dan umum.
- h. Menerima dan mengajukan pembelian barang serta inventaris kantor lainnya dengan mempertimbangkan nilai guna dan efisiensi biaya.
- i. Membantu terlaksananya tugas direksi dan bagian-bagian lainnya dalam pengadaan sarana operasi dan fasilitas-fasilitas lainnya.
- j. Bertanggung jawab atas laporan-laporan yang dibuat dan disampaikan oleh bagiannya untuk kepentingan intern dan ekstern (bank indonesia, pajak dan lain-lainnya).
- k. Melakukan evaluasi, pembinaan dan pengembangan karir personalia yang berada dibawahnya.

14. Manejer Pemasaran

Adapun tugas dan tanggung jawab manejer pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Bersama Direksi dan manejer operasional membuat rencana pemasaran bank.

- b. Memasarkan dan melakukan kegiatan penghimpunan dana secara optimal.
- c. Memasarkan penyaluran dana, meningkatkan portofolio dan mengupayakan pelaksanaan prinsip kehati-hatian dalam penyaluran dana.
- d. Melakukan pengawasan terhadap penyaluran pembiayaan mulai dari permohonan pembiayaan sampai terealisasi.
- e. Mengawasi tingkat kolektibilitas pembiayaan secara menyeluruh.
- f. Mengawasi proses analisa permohonan pembiayaan yang dilakukan AO sampai dengan terealisasinya pembiayaan tersebut.
- g. Melakukan analisa ulang/cross check terhadap permohonan pembiayaan telah disetujui (bila diperlukan).
- h. Memeriksa usulan pembiayaan yang dibuat AO serta dokumen-dokumen permohonan pembiayaan yang sudah disetujui dalam komite pembiayaan, untuk selanjutnya di proses oleh bagian administrasi dan legal untuk direalisasi.
- i. Mengawasi penyimpanan dan pengarsipan file pembiayaan dengan baik termasuk surat-surat jaminan dan dokumen-dokumen yang mempunyai kekuatan hukum kedalam filing kabinet yang telah disediakan.
- j. Melakukan verifikasi laporan kolektibilitas dan daftar angsuran pembiayaan yang diterbitkan oleh bagian operasional, mengkoordinasikannya jika terdapat laporan yang terindikasi salah.

- k. Memantau dan mengawasi pembayaran angsuran dan jatuh tempo pembiayaan dan segera mengkoordinasikan dengan account officer jika nasabah yang melakukan tunggakan dan jatuh tempo.
- l. Melakukan penagihan baik secara sendiri atau bersama account officer terhadap debitur-debitur yang menunggak.
- m. Melakukan kunjungan dan pemantauan terhadap perkembangan usaha debitur.
- n. Melakukan pengawasan terhadap kinerja AO dalam melakukan penagihan kepada debitur.
- o. Melakukan penyelesaian pembiayaan yang bermasalah dengan terlebih dahulu mendapat pertimbangan dari Direksi.
- p. Memberikan pengarahan dan penugasan yang layak kepada account officer perihal pelaksanaan tugas dan pekerjaan pemasaran.
- q. Melakukan evaluasi, pembinaan dan pengembangan karir personalia yang berada dibawahnya.

15. Pelayanan Nasabah (*Customer Service*)

Adapun tugas dan tanggungjawab customer service adalah sebagai berikut :

- a. Memperlakukan dan melayani setiap tamu/nasabah dengan baik, sopan dan ramah.
- b. Memberikan informasi dan keterangan yang dibutuhkan oleh tamu/nasabah mengenai produk-produk bank secara jelas meliputi jenis, karakteristik dan mekanisme produk penghimpunan dan penyaluran dana.

- c. Membantu calon deposan dalam pengisian blanko permohonan pembukaan tabungan/deposito.
- d. Menerima permohonan pembukaan tabungan dan deposito, memeriksa dan meneruskannya pada bagian tabungan dan deposito.
- e. Membuat, menyimpan dan memelihara register tabungan dan deposito.
- f. Membantu calon debitur dalam melengkapi berkas-berkas persyaratan yang akan diajukan ke bank.
- g. Menjembatani/menghubungkan calon nasabah/nasabah dengan account officer baik sebelum dilakukan proses pembiayaan maupun ketika proses dilakukan.
- h. Melakukan tugas-tugas lain yang berhubungan dengan kesekretariatan dan umum yang diminta oleh pimpinan/atasannya.

D. Produk-Produk

Produk Penghimpunan Dana

A. Tabungan

- 1. Tabungan Berkah
- 2. Tabungan Tarbiyah (Pendidikan)
- 3. Tabungan Arafah (Haji)
- 4. Tabunga Qurban
- 5. Tabungan Ku

B. Deposito Mudharabah (bagi hasil)

1. 1 Bulan
2. 3 Bulan
3. 6 Bulan
4. 12 Bulan

Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)

Untuk mencapai portofolio pinjaman yang sehat, pengeluaran dana diarahkan pada usaha-usaha yang produktif, yaitu dengan memberikan beberapa bentuk jenis pinjaman untuk kepentingan usaha, namun hal itu tidak terlepas dari ketentuan-ketentuan syariat Islam yang menggunakan sistem bagi hasil.

Untuk menghindari tidak kembalinya tagihan pinjaman yang diberikan, bank secara ketat akan tetap bersifat prudensial banking dengan menerapkan prosedur pemberian kredit yang benar melalui penelitian dan penilaian terhadap nasabah dengan prosedur 5 C kriteria serta memberikan pembinaan dan bimbingan usaha agar tercapai efektifitas terhadap pemberian pinjaman. Walaupun secara ketentuan yang berlaku disebutkan bahwa jaminan atau agunan adalah keyakinan bank bahwa nasabah dapat mengembalikan pinjaman yang telah diberikan, secara materil bank akan tetap mengikat agunan yang dimiliki nasabah sesuai ketentuan yang berlaku.

Jenis-jenis penyaluran dana (pembiayaan) yang ada pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Air Tiris adalah :

1. Murabahah (jual beli)

Murabahah ini muncul karena bank tidak memiliki barang yang diinginkan oleh nasabah, sehingga bank harus melakukan transaksi pembelian atas barang yang diinginkan kepada pihak lain yang disebut supplier. Dengan demikian bank bertindak sebagai penjual disatu sisi dan disisi lain bertindak sebagai pembeli kemudian bank akan menjual kembali kepada nasabah atau pembeli dengan harga yang disesuaikan yakni harga beli ditambah margin yang disepakati.

Pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah pembiayaan murabahah terbagi kepada dua bentuk, yaaitu pembiayaan langsung dan pembiayaan tidak langsung.

a. Pembiayaan Langsung

Pembiayaan dimana bank langsung menyerahkan barang yang diinginkan oleh nasabah atau debitur setelah persyaratan dan pengajuan permohonan dipenuhi dan dilengkapi oleh nasabah dan pada saat itu dilakukan akad perjanjian kerjasama, contohnya : pembiayaan elektronik, pembiayaan perabotan dan pembelian tanah.

b. Pembiayaan Tidak Langsung

Pembiayaan dimana bank terlebih dahulu menyerahkan atau memberikan kuasa kepada nasabah (debitur) untuk membeli barang yang diinginkan oleh nasabah (debitur) tersebut, kemudian setelah tiga hari nasabah (debitur) tersebut datang kembali kepada bank dengan menyerahkan faktur atau bukti dari

pembelian barang yang dibelinya dan baru pada saat itu dilaksanakan akad perjannjian kerjasama. Kriteria pembiayaan Murabahah adalah:

- a. Jangka waktu maksimal 30 bulan
- b. Berlaku untuk jenis barang yang jelas harga, jumlah dan spesifikasinya seperti barang dagang, sepeda motor, mobil, tanah dan lain-lain.

2. Mudharabah (bagi hasil)

Pembiayaan mudharabah diberikan kepada nasabah yang memiliki kapasitas dan usaha yang jelas dan memiliki usaha dengan masa kerja yang singkat dan bersifat periodik. Kriteria pembiayaan Mudharabah adalah :

- a. Jangka waktu maksimal 8 bulan.
- b. Berlaku untuk usaha dengan masa kerja singkat yang bersifat periodik.
- c. Pembagian keuntungan dengan sistem bagi hasil.

3. Al-Qard (pinjaman kebajikan)

Sesuai dengan salah satu misi Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat serta meningkatkan mutu pengusaha kecil, bank akan menyediakan fasilitas kredit kebajikan yang dananya bersumber dari simpanan amanah. Kredit ini diperuntukkan bagi mustahik (penerima zakat dalam Islam) agar terjadi proses transformasi diri dari status menjadi muzaki (wajib zakat). Kriteria Al-Qard adalah :

- a. Jangka waktu maksimum 10 bulan.
- b. Berlaku untuk usaha yang memiliki prospek dan calon debitur memiliki kapasitas usaha tetapi terbatas modal.

c. Pinjaman bersifat sosial tanpa keuntungan.³

berdasarkan uraian di atas dapat kita ketahui bahwa PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah memiliki produk dan berbagai macam jenis jasa yang dapat dinikmati oleh nasabah yang sudah sesuai dengan syariah aman dan menentramkan. Namun PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tidak hanya berhenti di sini saja melainkan masih terus berusaha untuk mengeluarkan prosuk-produk baru yang akan dikeluarkan.

³ Brosur, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Air Tiris.

BAB III

TINJAUAN TEORI TENTANG STRATEGI BERSAING

A. Pengertian

1. Strategi

Menurut *Webster's New World Dictionary*, definisi strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi militer bersekala besar. Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumberdaya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan. Sementara itu, Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama daripada menjadi yang lebih baik.¹

Dari penjelasan tentang strategi tersebut, terdapat beberapa unsur penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

- a. Strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana perusahaan yang kompherensif dan terpadu diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

¹ Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h.16.

- b. Dalam penyusunan strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan, sehingga dapat disusun kekuatan strategi perusahaan.
- c. Dalam mencapai tujuan perusahaan terdapat berbagai cara yang perlu di pertimbangkan.

1. Pengertian Persaingan

Munculnya pesaing dalam suatu pemasaran umumnya dapat menyebabkan penurunan volume penjualan pada perusahaan, ini disebabkan karena konsumen mempunyai pilihan yang lebih banyak, baik dalam kualitas produk dan harga. Namun demikian bila pihak perusahaan dapat mengembangkan suatu kebijaksanaan pemasaran yang tepat, persaingan tidak banyak membawa pengaruh terhadap volume penjualan.

Persaingan adalah ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar peringkat survey atau sumber daya yang dibutuhkan.

Setiap perusahaan tidak dapat menghindari dari kemungkinan bersaing dengan perusahaan lainnya dalam bidang pemasaran. Namun persaingan dapat di jadikan cambuk bagi perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan roda-roda perusahaan. Hal ini diperlukan agar perusahaan mampu menjawab persaingan yang terjadi.

Persaingan biasanya terjadi bila sejumlah perusahaan menawarkan produk-produk atau jasa-jasa yang relatif sama. Tetapi dalam kenyataan persaingan

muncul akibat barang-barang atau jasa-jasa yang ada memperebutkan pemenuhan kebutuhan atau daya beli yang sama.

Persaingan dapat dibedakan atas empat tingkatan berdasarkan tingkat substitusi produk, yaitu sebagai berikut ²:

- a. Pesaing merek, yaitu perusahaan menganggap para pesaing merupakan perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama.
- b. Pesaing industri, yaitu perusahaan menganggap para pesaing merupakan semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.
- c. Persaingan umum, yaitu perusahaan menganggap para pesaing merupakan semua produk yang bersaing untuk mendapatkan konsumen yang sama.
- d. Persaingan bentuk, yaitu perusahaan menganggap para pesaing merupakan semua perusahaan yang memproduksi dan memberikan jasa yang sama.

Perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dengan memberikan nilai lebih kepada konsumen melalui:

- a. Harga yang lebih tinggi dengan para pesaing untuk manfaat yang sama.
- b. Keunikan yang dimiliki perusahaan untuk menutupi tingginya harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

² Philip Kotler, *manajemen pemasaran jasa sudut pandang asia*, (jakarta: pt. indeks, 2004), h.

B. Sumber-Sumber Persaingan

Adapun sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari beberapa hal sebagai berikut:³

1. Barang sejenis yang di hasilkan oleh perusahaan lain.
2. Barang pengganti atau substitusi.
3. Barang lain yang dibuat perusahaan lain yang sama-sama menginginkan konsumen yang sama.

C. Jenis-Jenis Persaingan

Mengenal persaingan merupakan satu hal yang sangat penting bagi perencanaan pemasaran yang efektif, suatu perusahaan harus membandingkan secara teratur produk, harga, saluran dan promosi mereka dengan yang dimiliki para pesaing. Dengan cara ini, ia dapat mengidentifikasikan area keunggulan dan kelemahan kompetitif. Perusahaan tersebut dapat meluncurkan serangan yang lebih tepat atas persaingan serta mempersiapkan pertahanan yang lebih kuat terhadap serangan.

Melihat pada kondisi sekarang terdapat empat persaingan yang terjadi di perusahaan yaitu ⁴:

³Faisal Afif, *Menuju Pemasaran Global*, (Bandung: PT. Eresco, 1999), h. 117

⁴ Muhammad Syamsul Ma'arif, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: Grasindo, 2003), h. 69.

1. Kecepatan (*Speed*)

Kecepatan yang diinginkan oleh lingkungan bisnis saat ini menyebabkan organisasi bisnis baru harus bergerak cepat.

2. Fleksibilitas (*Fleksibility*)

Kunci kedua setelah kecepatan adalah fleksibilitas, strategi yang ditempuh adalah setelah memproduksi banyak jenis variabel produk.

3. Mutu (*Quality*)

Karena mutu barang pada kaca mata pelanggan, maka persaingan melalui mutu ini dapat di capai dengan cara menyenangkan pelanggan atau memberi kepuasan lebih dari yang diharapkan.

4. Biaya (*Cost*)

Jurus utama dalam menghemat biaya adalah menghilangkan semua pemborosan (*eliminate waste*), efisiensi tidak memperkenankan pemborosan.

Perusahaan bersaing untuk memenangkan konsumen dan strategi keunggulan, pada dasarnya adalah strategi tentang bagaimana memenuhi kebutuhan secara lebih efektif dibanding dengan kemampuan para pesaing⁵.

D. Menghadapi Persaingan

Dewasa ini pasar telah menjadi begitu bersaing, memahami pelanggan saja sudah tidak cukup lagi. Perusahaan-perusahaan harusnya memberikan perhatian besar pada para pesaing dalam beberapa hal yaitu:

⁵ David Faulkner dan Chiff Bawman, *Strategi Kompetitif*, (Yogyakarta: Andi, 1997), h. 9.

1. Kekuatan Persaingan

Menurut porter, ada lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang instrinsik suatu pasar, yaitu:

- a. Peserta pesaing industri (*industry competitors*)
- b. Pendatang baru potensial (*potensial entrants*)
- c. Produk pengganti (*substitutes*)
- d. Pembeli (*buyer*)
- e. Pemasok (*suppliers*)

Kelima kekuatan tersebut di atas dapat merupakan ancaman bagi perusahaan.

Ancaman tersebut berupa:⁶

- a. Ancaman adanya persaingan yang intensif dalam segmen.
- b. Ancaman pendatang baru.
- c. Ancaman produk substitusi.
- d. Ancaman meningkatnya kekuatan tawar menawar pembeli.
- e. Ancaman meningkatnya kekuatan tawar menawar pemasok.

Dalam menanggulangi lima kekuatan persaingan ada tiga pendekatan strategis generik yang secara potensial akan berhasil untuk mengungguli perusahaan lain dalam suatu industri, yaitu:

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2005), h. 256.

- a. Keunggulan biaya menyeluruh, yaitu dengan memiliki posisi biaya rendah akan membuat perusahaan mendapatkan laba di atas rata-rata dalam industrinya, meskipun ada kekuatan yang besar.
- b. Diferensiasi, yaitu mencoba memusatkan kelompok pembeli pada segmen produk atau pasar geografis tertentu.

2. Mengidentifikasi Pesaing

Biasanya kelihatan mudah bagi perusahaan untuk mengidentifikasi pesaingnya. Matahari mengetahui ramayana adalah pesaing utamanya. Tetapi, jangkauan pesaing aktual dan potensial perusahaan jauh lebih luas. Perusahaan harus menghindari pandangan yang dangkal mengenai pesaing (competitor myopia). Perusahaan lebih mungkin untuk “dikuburkan” oleh pesaing latennya daripada pesaingnya saat ini. Lebih khusus, kita dapat mengidentifikasikan pesaing perusahaan dari pandangan industri dan pandangan pasar, sebagai berikut:⁷

a. Konsep industri mengenai pasar

Industri didefinisikan sebagai sekelompok perusahaan yang menawarkan produk atau jenis produk yang masing-masing merupakan substitusi dekat. Pada dasarnya, analisis dimulai dengan memahami kondisi dasar yang mendasari permintaan dan penawaran. Kondisi ini selanjutnya mempengaruhi struktur industri. Struktur industri selanjutnya mempengaruhi perilaku industri dalam bidang-bidang seperti pengembangan produk, penetapan harga dan strategi

⁷ Philip Kotler dan AB, Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 292.

periklanan. Prilaku industri kemudian membentuk kinerja industri, contohnya efisiensi industri, kemajuan teknologi dan penggunaan tenaga kerja.

b. Konsep pasar tentang persaingan

Selain mengamati perusahaan-perusahaan yang membuat produk yang sama(pendekatan industri), kita dapat memperhatikan perusahaan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama. Secara umum, konsep pasar mengenai persaingan membuka mata perusahaan untuk melihat pesaing potensial dan aktual dengan lebih luas dan merangsang perencanaan pemasaran strategis untuk jangka waktu yang lebih panjang.

3. Menganalisis Pesaing

Setelah perusahaan mengidentifikasi pesaing utamanya, dia harus mengetahui dengan pasti karakteristik perusahaan tersebut, khususnya strategi, tujuan, kekuatan dan kelemahan serta pola reaksi mereka.

Secara umum, setiap perusahaan harus memantau tiga variabel ketika menganalisa para pesaingnya:

- a. Pangsa pasar (*share of market*), pangsa pesaing atau pasar sasaran.
- b. Pangsa ingatan (*share of mind*), persentase pelanggan yang menyebut nama pesaing dalam menanggapi pertanyaan, “sebutkanlah perusahaan di industri ini yang ada di pikiran anda”.
- c. Pangsa hati (*share of heart*), persentase pelanggan yang menyebut nama pesaing dalam menanggapi pertanyaan, “sebutkanlah perusahaan yang produknya lebih anda sukai untuk dibeli.

Persaingan juga bisa dilihat dari bentuk pasar, jika dilihat dari bentuk pasar maka persaingan dibagi dalam beberapa bentuk, yaitu:⁸

- a. Monopoli sempurna, yaitu suatu perusahaan tertentu mempunyai kedudukan monopoli terhadap suatu barang atau jasa tertentu.
- b. Oligopoli sempurna, yaitu apabila ada dua atau lebih (tetapi tidak banyak) perusahaan yang menghasilkan dan menjual komoditi yang pada dasarnya sama.
- c. Oligopoli terdiferensiasi, yaitu apabila dua atau lebih (tidak banyak) perusahaan yang menghasilkan dan menjual produk terdiferensiasi sebagian, baik dalam mutu, model maupun pelayanan.
- d. Persaingan monopolistik, yaitu cukup banyaknya perusahaan yang bersaing dan masing-masing mempunyai kemampuan mendiferensiasikan penawarannya, serta yang biasanya yang mempunyai kemampuan pemasaran menjadi pemimpin pasar.
- e. Persaingan sempurna, yaitu persaingan terjadi dimana demikian banyak perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang atau jasa, sedangkan pembeliannya pun banyak.

Persaingan sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tujuan perusahaan, tidaklah dapat dihindari begitu saja. Dimana persaingan suatu fenomena umum yang mana persaingan merupakan salah satu alat yang efektif untuk

⁸ Saladin Djaslim, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 2003), h. 71.

mendorong olah pikir dan kerja. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisis pesaingnya, yaitu:⁹

- a. Memastikan tujuan pesaing.
- b. Mengenali strategi pesaing.
- c. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing.
- d. Memperkirakan reaksi pesaing.
- e. Memilih pesaing untuk diserang dan dihindari.

Di sisi lain persaingan dapat berdampak positif bagi perusahaan, secara garis besar manfaat persaingan yang berdampak positif adalah:

- a. Meningkatkan kemampuan persaingan dengan menahan fluktuasi permintaan.
- b. Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk melakukan diferensiasi produk.
- c. Melayani segmen pasar yang tidak menarik.
- d. Menciptakan posisi tawar.
- e. Meningkatkan motivasi.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan

Persaingan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Harga
2. Promosi
3. Kualitas pelayanan
4. Lokasi

⁹ Faisal afif, *Manajemen Pemasaran Global*, (Bandung: PT. Eresco, 1999), h. 117

5. Strategi Keunggulan Bersaing

Pesaing terdekat perusahaan adalah mereka yang mengejar pasar sasaran yang sama dengan strategi yang sama. Sekelompok sasaran yang sama dengan strategi yang sama atas pasar sasaran tertentu di namakan kelompok strategis. Sebuah perusahaan harus mengidentifikasi kelompok strategis tempat ia bersaing.

Bagi suatu perusahaan yang mempunyai pasar yang cukup baik harus tetap melakukan usaha-usaha untuk mempertahankan keadaan tersebut karena mungkin saja dalam waktu yang tidak lama keadaan tersebut tidak akan berubah karena adanya usaha-usaha dari pihak pesaing untuk berusaha merebut pasar yang lebih baik.

Beberapa pertimbangan penting untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan memperoleh keunggulan bersaing adalah ¹⁰:

- a. Prosesnya harus berfokus pada konsumen.
- b. Analisis kebutuhan/keinginan hendaknya juga dilakukan dengan melihat pada kelompok-kelompok pembeli yang mempunyai keinginan yang sama.
- c. Peluang untuk memperoleh manfaat, dimana terdapat conflict antara apa yang diinginkan oleh konsumen dengan usaha para pesaing untuk memuaskan mereka.
- d. Peluang dapat diketahui dengan mencari atribut produk atau jasa yang khusus, dimana permintaan pembeli ada yang tidak terpuaskan.

¹⁰ David Faulkner dan Chiff Bawman, *Op. Cit*, h. 20.

- e. Analisis kepuasan konsumen hendaknya dapat mengidentifikasi peluang yang terbaik bagi organisasi dalam pencapaian nilai unggul.

6. Pandangan Islam Terhadap Persaingan

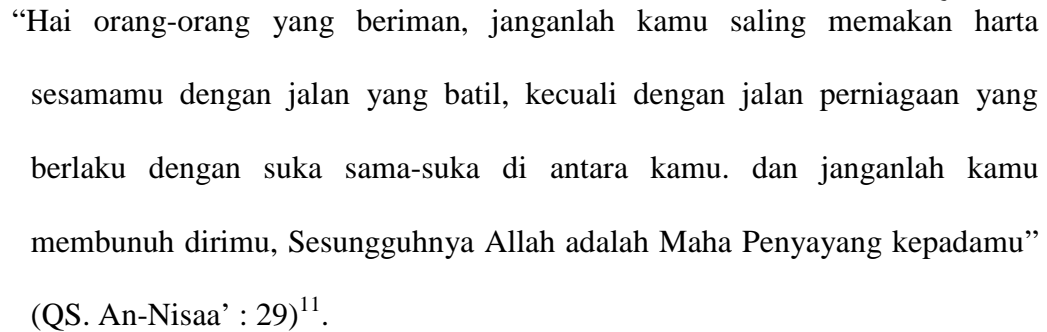
Pada dasarnya Islam tetap memiliki prinsip kebebasan dalam melakukan berbagai kegiatan muamalah (perekonomian) termasuk di dalamnya kegiatan pemasaran dan persaingan. Manusia boleh membeli, menjual, serta tukar-menukar barang dan jasa. Islam melarang penentuan harga dan menentang seseorang yang memakan harta sesamanya dengan jalan yang batil.

Dalam kegiatan muamalah, Islam menganut prinsip kebebasan terikat dimana kebebasan tersebut berdasarkan atas keadilan, undang-undang agama, dan etika. Didalam peraturan sirkulasi atau perdagangan (persaingan) Islam memiliki norma, etika agama dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pelaku pasar Islam dalam persaingan yang bersih antara lain :

- a. Menegakkan larangan terhadap barang-barang yang diharamkan

Islam adalah agama yang universal yang dapat pula dimengerti sebagai pandangan hidup, agama dan negara. Syariah mengandung kaidah-kaidah hukum dan aturan tentang ritual ibadah dan muamalah untuk membimbing manusia agar hidup layak, patuh pada Allah SWT dan hidup bahagia dengan ridha Allah SWT.

Dalam Al-qur'an aturan halal dan haram dalam bisnis diatur secara umum, firman Allah SWT:



Dari konteks normatif di atas, menunjukkan bahwa konsep halal dan haram sangatlah jelas dalam mekanisme bisnis dan transaksi, walaupun demikian prinsip syariah dalam muamalah (bisnis dan transaksi) dapat menerima adanya inovasi.

Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga tidak pada tempatnya. Oleh sebab itu, salah satu karakter pedagang terpenting dan diridhai Allah SWT ialah kebenaran. Dalam melakukan persaingan seseorang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan. Nabi menjadikan

¹¹ Faisal Badroen. *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 169.

kejujuran sebagai hakikat agama dalam hadits yang diriwayatkan oleh HR. Tarmizi menyebutkan :¹²

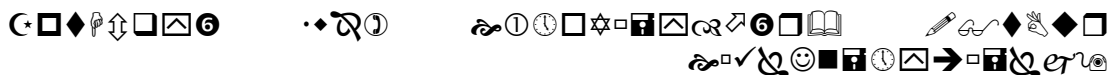
التاجر اصدق الامين مح النبيين و الصديقين و الشهداء

“Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang orang yang benar (shiddiqin), dan para syuhada”.

Hadis diatas menegaskan larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan, dan mempermainkan kualitas, akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya, baik di dunia ini maupun di akhirat nanti.

c. Kasih sayang

Sebagaimana yang telah digariskan dalam Al-Qur'an surat Al-Anbiya' ayat 107 yang berbunyi :



“Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam”.(QS. Al-Anbiya’: 107).¹³

Ayat diatas menegaskan bahwa manusia itu di tuntut untuk selalu sayang-menyayangi sesama manusia, serta tidak membeda-bedakan agama, suku, dll.

d. Mengingat Allah SWT

¹²Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 55.

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: PT. Karya Toha, 2002), h.

Allah SWT berfirman dalam surat Al-Jum'ah ayat 9 yang berbunyi :

“Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at,

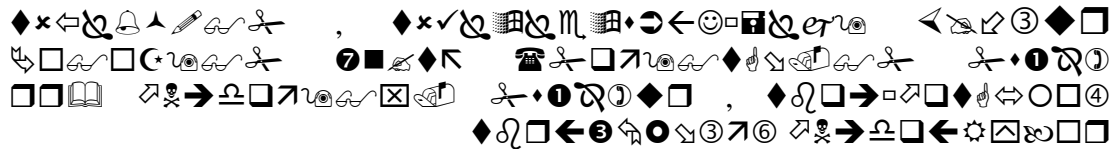
Ayat diatas menjelaskan bahwa kita harus selalu mengingat Allah SWT dimanapun kita berada, terutama dalam bertransaksi jika datang seruan azan maka bersegeralah untuk menunaikan shalat.

a. Prinsip otonomi yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

¹⁵ Idri Titik Triwulan Tutik, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Indonesia, 2008), Cet Ke-1, h. 65.

- b. Prinsip kejujuran yaitu usaha untuk menjadi orang kuat secara moral adalah kejujuran. Tanpa kejujuran, manusia tidak menjadi dirinya sendiri. Tidak jujur berarti tidak sanggup mengambil sikap yang lurus. Tanpa kejujuran, keutamaan-keutamaan moral lainnya akan hilang.

Allah SWT sangat melarang orang yang melakukan kecurangan termasuk dalam hal bermuamalah, sebagaimana di jelaskan dalam surat Al-Muthaffifin 1-3:



“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”. (QS al-Muthaffifin :1-3).¹⁶

Tidak hanya dalam pekerjaan atau kewajiban tugas manusia berlaku jujur, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari dan tidak merugikan orang lain. Berdasarkan ruang lingkup ekonomi (muamalah) maka Islam adalah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara dalam perekonomian untuk menarik nasabah yang baik sesuai dengan aturan-aturan agama Islam. Di tinjau dari aspek aksiologinya, tinjauan ekonomi Islam adalah bahwa setiap kegiatan manusia di dasarkan kepada pengabdian kepada Allah SWT, dalam rangka melaksanakan tugas dari Allah SWT untuk memakmurkan bumi, maka dalam perekonomian umat Islam

¹⁶ Departemen Agama, *loc. Cit.*, h. 878.

harus mengutamakan keharmonisan dan pelestarian alam. Kebahagiaan yang dikejar dalam Islam bukan semata-mata kebahagiaan di dunia saja, tetapi kebahagiaan di akhirat. Dengan demikian, ilmu ekonomi Islam harus mempunyai sistem ekonomi yang dapat memakmurkan bumi, maupun membahagiakan manusia baik selama hidup di dunia maupun di akhirat kelak.¹⁷

Islam memerintahkan kepada manusia untuk bekerja sama dalam segala hal, kecuali dalam perbuatan dosa kepada Allah SWT atau melakukan aniaya kepada sesama makhluk, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Maa-idah ayat 2:

وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ
وَلَا تَعَاوَنُوا فِي الْمُنْكَرِ وَالْعَدْوِ ۚ إِنَّ عَدَاوَةَ اللَّهِ كَبِيرٌ

“Dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.(QS al-Maa-idah: 2).¹⁸

Perwujudan pola kerja sama yang dianjurkan Islam dapat dilakukan dalam bentuk apapun. Demi tegaknya keadilan, siapapun tidak boleh melanggarnya, agar tidak terdapat seorangpun yang menjadi korban ketidakadilan. Demikian juga prinsip dasar sistem ekonomi Islam, yaitu suatu sistem yang bersifat ilahiah-insaniah, bersifat

¹⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), Edisi Ke-1, h. 12.

¹⁸ Departemen Agama, *op. cit.*, h. 141.

terbuka tapi sekaligus selektif. Sistem ekonomi Islam tidak mengenal kompromi dalam menegakkan keadilan.¹⁹

¹⁹Mustafa Edwin Nasution, *loc. cit.*, h. 26.

BAB IV
STRATEGI BERSAING PADA PT. BANK SYARIAH BERKAH DANA
FADHLILLAH DALAM MENARIK NASABAH MENURUT TINJAUAN
EKONOMI ISLAM

A. Strategi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Dalam Menarik Nasabah

Keinginan dan kebutuhan nasabah memang tidak mudah ditebak, tapi bukan berarti tidak bisa diketahui. Keinginan nasabah dapat dipenuhi dengan cara memahami keadaan nasabah yang sebenarnya. Adapun cara atau strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah diantaranya melalui promosi, hadiah, produk dan kualitas jasa (pelayanan).

1. Promosi

Yang mempengaruhi jumlah nasabah PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah adalah melalui promosi. PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam melakukan promosi kepada masyarakat melalui kunjungan ke sekolah-sekolah, ceramah, brosur, buletin, dan acara tertentu.¹

Dalam mempromosikan produknya ataupun pengenalan terhadap bank itu sendiri, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah telah memberikan informasi melalui brosur yang disebar dan yang terdapat di dalam kantor bank itu sendiri. Melalui brosur ini masyarakat dapat mengetahui dan mengenal bank dan produknya

¹Holil Asyari (Personalia), PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 3 Juli 2011.

dengan lebih cepat dan lebih dijelaskan lagi dengan promosi yang dilakukan langsung oleh karyawannya.

Menurut hasil penelitian yang penulis lakukan, promosi yang telah dilakukan oleh karyawan melalui brosur ini dirasakan kurang gencar atau kurang dirasakan oleh masyarakat disekitar. Hal ini terbukti dengan masih banyaknya masyarakat yang belum menjadi nasabah PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.²

Bentuk lain promosi pada produk yang ada di PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dengan cara memberikan tabungan tanpa dikenakan biaya. Merupakan produk unggulan dari PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah yaitu tabungan yang dalam pembukaannya tidak dikenakan biaya sama sekali, baik biaya administrasi pembukaan rekening ataupun biaya simpanan perbulannya. Jenis tabungan ini sama dengan jenis tabungan biasa dengan memperoleh bagi hasil antara bank dan nasabah.

Adapun keuntungan dari tabungan ini dari sisi bank, bank memperoleh dana simpanan untuk dijadikan modal dalam pemberian pembiayaan, sedangkan dari sisi nasabah memperoleh tambahan dari bagi hasil tanpa mengurangi biaya administrasi dan biaya apapun.

Keuntungan lain bagi perusahaan dari kegiatan promosi ini adalah dapat menghindarkan persaingan berdasarkan harga, karena konsumen dalam membeli

² Rahmad (bukan nasabah). *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 25 Juli 2011.

barang karena tertarik pada mereknya. Promosi menimbulkan goodwill terhadap merek, sekaligus meningkatkan penjualan serta dapat juga menstabilkan pendapatan.

Sebagai sarana kegiatan informasi, promosi harus direncanakan sebaik-baiknya karena pemasaran produk akan sejauhmana kegiatan promosi berhasil dalam pelaksanaannya. Walaupun perusahaan telah memiliki nama dan image dimata masyarakat, promosi juga harus tetap dilaksanakan. Apalagi jika produk tersebut adalah produk baru. Jika tidak ada promosi maka masyarakat tidak akan pernah tahu terhadap produk tersebut.

Bagi dunia perbankan yang menjual produk berupa jasa dituntut untuk lebih kreatif dalam kegiatan promosinya. Penawaran produk banyak dalam realitasnya tidak tampak dalam bentuk wujud. Namun yang harus dikedepankan adalah apa manfaat yang akan dirasakan apabila nasabah menggunakan produk bank tersebut.

Dalam upaya memaksimalkan promosinya, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dituntut untuk memberikan informasinya yang sejelas-jelasnya dan menciptakan hubungan dengan nasabah serta masyarakat agar kegiatan tersebut tidak sia-sia dan tepat dalam pelaksanaannya.

Hal ini telah penulis buktikan dengan banyaknya masyarakat yang belum menjadi nasabah PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, bahkan ada yang sama sekali tidak mengetahui keberadaan bank itu.

Seharusnya dengan hadirnya PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah bisa menarik jumlah nasabahnya lebih banyak lagi, karena mayoritas lingkungannya masyarakat beragama Islam. Selain itu, bank yang ada di daerah Air Tiris hanya

berjumlah 2 buah saja yaitu PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dan Bank Danamon. Tentunya PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah bisa menjadi unggulan ditengah masyarakat beragama Islam.

2. Hadiah

Hadiah merupakan pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan. Berbagai cara yang dilakukan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah dengan cara memberikan hadiah, seperti: kulkas, dispenser, setrika dan magic com, yang gunanya agar nasabah tertarik dan tetap menggunakan jasa-jasa PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah. Dana yang terkumpul PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah akan dikelola dengan harapan dana tersebut mendatangkan keuntungan melalui produk-produk yang ada untuk pembayaran usaha-usaha produktif.

Hadiah yang diberikan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dibagikan kepada nasabah dengan ketentuan yaitu saldo minimum sebesar Rp 50.000, artinya apabila nasabah telah membuka rekening dengan saldo terendah Rp 50.000, nasabah berhak untuk ikut sertakan undian dengan predikat saldo tersebut berpoin 1, begitu seterusnya.³

Di dalam undian berhadiah, nasabah akan diberitahukan dalam pelaksanaannya, dengan memberikan undangan kepada perwakilan dari beberapa orang nasabah

³ Holil Asyari (Personalia), PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 4 Oktober 2011.

sebagai saksi atas kemenangan dari undian hadiah tersebut. Pelaksanaan hadiah yang dilaksanakan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tidak ada waktu tetapnya, hanya berdasarkan kebijakan dari bank. Pada tahun 2011 ini telah dilaksanakan pengundian hadiah 2 kali yaitu pada bulan april dan juli.

Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa dalam pengadaan hadiah ini, banyak nasabah yang belum mengetahuinya, sebagaimana nasabah yang bernama pak Ridho Dinata sebagai nasabah pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah selama 1 tahun menjelaskan, beliau belum pernah dikasih tahu dan belum mendapatkan informasi tentang program hadiah tersebut⁴. Namun demikian banyak juga nasabah yang mengetahui dan diberitahu oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah seperti nasabah yang bernama pak Ali Syahbana yang pada kesempatan pelaksanaan hadiah selalu mendapatkan undangan untuk menjadi saksi pelaksanaan hadiah tersebut.⁵

3. Produk

Faktor ketiga yang mempengaruhi jumlah penabung pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah adalah produk. Dimana dalam hal ini menurut masyarakat, kurangnya pengembangan produk yang dilakukan oleh pihak bank.

⁴ Ridho Dinata (Nasabah), *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 4 Oktober 2011.

⁵ Ali Syahbana (Nasabah), *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 4 Oktober 2011.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk menunaikan fungsinya. Tingkat mutu ditentukan oleh kemampuannya memenuhi kebutuhan utama pembeli atau manfaat inti.

Sejalan dengan hasil penelitian di atas, pada umumnya konsumen lebih menyukai produk yang memiliki kualitas, dan pembaharuan kinerja yang tinggi. Oleh karena itu, sebuah organisasi harus mencurahkan usahanya untuk meningkatkan kualitas produk secara terus menerus. Jadi produk yang berkualitas mampu memberikan nilai bagi pelanggannya dalam membentuk pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Ada tiga tantangan yang dihadapi perusahaan dalam melakukan strategi produk yaitu:

1. Perusahaan dituntut untuk selalu kreatif
2. Ide-ide yang muncul harus dapat dikomersilkan secepat mungkin
3. Perusahaan dituntut untuk berani menciptakan tandingan bagi produk terbarunya sendiri. Misalnya dengan cara menghasilkan produk sejenis yang lebih baik atau kanibalisasi produk.

Dari hasil penelitian dan pengujian yang dilakukan, dapat dibuktikan bahwa produk yang ditawarkan secara parsial memiliki pengaruh yang dominan terhadap jumlah penabung. Dengan demikian produk dapat dimasukkan sebagai factor yang mempengaruhi jumlah penabung pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah. Dalam penelitian ini dapat dibuktikan bahwa promosi, hadiah dan produk mempengaruhi jumlah penabung pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.

4. Kualitas Jasa (Pelayanan)

Faktor terpenting yang dapat mempengaruhi jumlah penabung pada penelitian ini adalah kualitas jasa/pelayanan. Pada perusahaan yang berorientasi industri jasa seperti industri perbankan, kualitas jasa yang ditawarkan adalah hal utama yang mesti diperhatikan. Namun masalah pelayanan juga tidak dapat diabaikan, karena yang diinginkan selain dari kualitas produk, nasabah ingin mendapatkan tingkat pelayanan yang memuaskan.

Kualitas pelayanan tidak dapat dihargai dengan uang ataupun barang lainnya. Pelayanan yang baik hanya dapat dirasakan apabila telah tercapai suatu kepuasan sehingga nasabah menjadi lebih aman dalam melakukan berbagai transaksi di bank. Indikator-indikator yang termasuk ke dalam faktor kualitas jasa ini meliputi:⁶

1. Tangible

Tangible atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yaitu meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, serta penampilan pegawai. Menurut responden fasilitas ruang tunggu yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah telah baik dan begitu juga halnya dengan kebersihan dan kerapian serta

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), Edisi Ke-3, h. 26.

kenyamanan di PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah juga dirasakan baik oleh nasabahnya.

2. *Reliability*

Reliability atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dari segi *reliability* kinerja dan pelayanan karyawan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, menurut responden kurang sesuai dengan harapan penabung atau nasabahnya. Karena masih lemahnya sistem komputer dan cara kerjanya yang pada akhirnya memberikan keterlambatan informasi dalam hal ini contohnya saat penyimpanan uang, nasabah harus menunggu hasil printnya sampai besok dikarenakan kesalahan dari sistem komputernya.

3. *Responsiveness*

Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah masih dirasakan kurang nasabahnya dimana dalam hal ini masih kurangnya ketanggapan pihak bank terhadap keluhan nasabah seperti halnya masalah pada point nomor 2 di atas.

4. *Assurance*

Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para

pelanggan kepada perusahaan. Pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah pada umumnya sudah baik.

5. *Empathy*

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dalam bentuk *empathy*, masih kurangnya komunikasi yang diberikan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah terhadap penabung sehingga nasabah lambat memperoleh informasi dan kurangnya perhatian pribadi yang diberikan oleh pihak bank.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa ini, maka diharapkan kepada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabah agar jumlah penabung dapat ditingkatkan. Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh terhadap jumlah penabung dimana apabila pihak bank dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasanya, maka diharapkan jumlah penabung dapat meningkat. Dengan demikian faktor kualitas jasa dapat dimasukkan sebagai factor yang mempengaruhi jumlah penabung pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah.

Sehubungan dengan faktor kualitas jasa ini, diharapkan kepada pihak bank untuk dapat menciptakan strategi kualitas pelayanan konsumen yang terpadu dan terorganisasi melibatkan banyak fungsi dalam organisasi. Untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan mengembangkan suatu strategi kualitas pelayanan konsumen yang terpadu dan terorganisasi diperlukan pemberian tanggung jawab kepada berbagai fungsi tersebut yang terlibat dalam pemberian layanan. Menciptakan suatu strategi kualitas pelayanan yang terpadu dan terkoordinir menuntut pengembangan rencana dan anggaran, pengukuran kinerja dan pemberian tanggung jawab untuk layanan.

Untuk memaksimalkan pelayanan yang lebih baik, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah harus dapat memberikan suatu pelayanan yang lebih spesial yang tidak biasa nasabah dapatkan di bank lain. Dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dan berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh bank pesaing, nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk menabung dengan tingkat pelayanan yang lebih baik. Nasabah adalah raja sehingga apapun yang diinginkan harus diperhatikan oleh bank.⁷ Ukuran keberhasilan suatu usaha pada hasil yang diperoleh atas usaha tersebut tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan. Sebagaimana pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah menerapkan strategi *superior customer service* yaitu suatu strategi yang menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing sehingga

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 188.

diharapkan nantinya perusahaan dapat mencapai hasil yang optimal yaitu berupa tingkat pertumbuhan yang cepat dan besarnya laba yang diperoleh.

Agar pelayanan terhadap nasabah berjalan dengan lancar, maka idealnya bank harus memperlihatkan fasilitas yang menunjang aktivitas pelayanan. Fasilitas yang dimaksud antara lain mesin ATM (*Automatic Teller Machine*), toilet/wc (water closed) dan area parkir (parking area). Selain itu juga yang perlu diperhatikan pimpinan bank untuk menarik atau merangsang masyarakat atau perusahaan agar menabung pada banknya adalah:⁸

1. Kepercayaan

Bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabah sehingga nasabah yakin dan percaya bahwa uang yang ditabungkannya akan dapat ditarik kembali dari bank.

2. Pelayanan

karyawan bank wajib memberikan pelayanan yang baik, cepat dan tepat, ramah dan menyenangkan kepada masyarakat sehingga membuat nasabah merasa puas.

3. Lokasi dan keamanan

Lokasi bank dituntut strategis, mudah dijangkau, tempat parkir yang memadai dan keamanan sekitarnya.

4. Kebersihan dan kenyamanan

Dimaksud agar bank bersih dan nyaman, supaya masyarakat betah dan tertarik mendatangi bank untuk menabung.

⁸ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 31.

5. Apakah tabungan dapat diterima dari golongan masyarakat tertentu atau seluruh masyarakat.

Di dalam pemberian pelayanan kepada nasabahnya oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah kurang memuaskan yaitu dengan fasilitas yang kurang memadai, hal ini dikarenakan minimnya fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah kepada nasabahnya, sehingga nasabah dalam bertransaksi harus menunggu sampai besoknya. Dari hasil wawancara penulis, menunjukkan adanya kelemahan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah itu sendiri. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh karyawan kurang tanggap dan kurang cepat.

Dilihat dari segi fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah kepada nasabahnya kurang memadai, hal ini ditunjukkan dengan kurangnya minat masyarakat disekitar untuk menjadi nasabah. Karena disebabkan fasilitas tempat parkir masih kurang, tidak adanya fasilitas ATM, ruang tunggu yang kurang memadai, penanganan masalah sistem komputernya serta tidak ada pengamanan pada disekitar lingkungan bank (satpam).⁹

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Bersaing Dalam Menarik Nasabah Pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah

Menjaga kepercayaan konsumen merupakan suatu yang mutlak dan harus dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah. Kegiatan konkrit yang harus dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah adalah

⁹ Ali Syahbana (Nasabah), *Wawancara*, Air Tiris, Tanggal 4 Oktober 2011.

mengoptimalkan pelayanan kepada masyarakat agar terciptanya suasana yang nyaman sehingga nasabah selalu setia pada PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah, serta bisa menarik nasabah lainnya. Hal tersebut tidak terlepas dari nilai-nilai Islam, sehingga timbul rasa suka sama suka, pada hakikatnya setiap perkataan dan perbuatan khususnya dalam melayani konsumen harus mencerminkan nilai-nilai Islam sehingga konsumen dan karyawan tidak merasa dirugikan.

Selain itu Islam mengajarkan bahwa dalam kehidupan, manusia harus saling hormat-menghormati dan tolong-menolong. Penulis melihat bahwa dalam menarik nasabah yang dilakukan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah telah sesuai dengan standar pelayanan serta sesuai dengan ekonomi Islam, dengan tidak mengabaikan kepentingan dan kebutuhan nasabah.

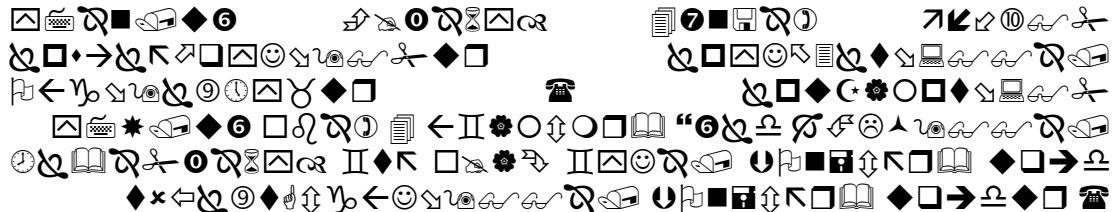
Adapun faktor-faktor yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam menarik nasabah adalah dengan cara mempromosikan, memberikan hadiah, pengenalan dan pemasaran produk serta pelayanan yang diberikan kepada nasabah ataupun masyarakat.

1. Promosi

Dalam hal menarik nasabah sebagaimana yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah yaitu dengan jalan mempromosikan bank melalui kunjungan-kunjungan ke sekolah-sekolah, buletin jum'at, ceramah dan membagikan brosur kepada masyarakat belum banyak terlaksana secara maksimal. Hal ini dirasakan oleh masyarakat yang belum menjadi nasabah yang

bersangkutan. Islam mengajak seseorang kepada hal yang baik sangat dianjurkan.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nahl: 125



“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk“(QS. An-Nahl :125).¹⁰

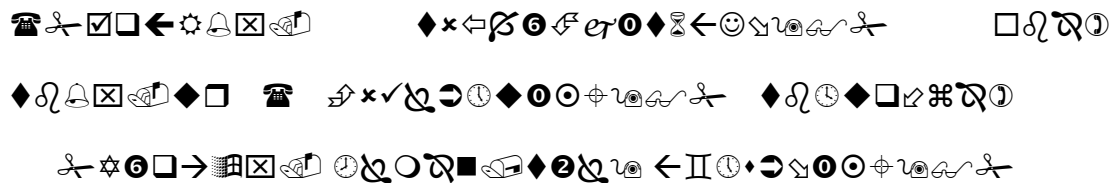
Dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam menarik nasabah yang dilakukan oleh bank tersebut menurut masyarakat tidak pernah memaksa mereka untuk menjadi nasabahnya, hanya saja dalam hal promosi pihak bank tidak gencar dalam mempromosikannya sehingga masih kurang dirasakan masyarakat. Hal ini mengakibatkan masyarakat tidak mengetahui keberadaan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tersebut sebagai bank dalam menyalurkan dana kepada masyarakat.

2. Hadiah

Dalam menarik nasabah PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah melakukan salah satunya dengan cara hadiah. Dengan diadakannya hadiah PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah berharap dapat merangsang dan memotivasi masyarakat sekitar untuk menabung di PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah sehingga

¹⁰Departemen Agama RI, *op. cit.*, h. 383.

terjadi peningkatan jumlah nasabahnya. Dalam Islam apabila memberikan hadiah dengan tujuan untuk kebaikan maka hal ini diperbolehkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Israa' ayat 27



“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.(QS. Al-Israa’: 27)¹¹.

Berdasarkan penjelasan hukum hadiah dalam Islam di atas, hadiah-hadiah yang bertujuan sebagai motivasi atau mengajak kepada ilmu pengetahuan dan amal shaleh, hal semacam ini diperbolehkan dalam syara’. Hadiah yang diberlakukan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah hukumnya diperbolehkan oleh syara’. Karena konsepnya untuk memotivasi atau menumbuhkan minat nasabah dalam menabung, sehingga sebagai ucapan terimakasih bank dalam hubungan kemitraan dapat menyenangkan hati nasabahnya.

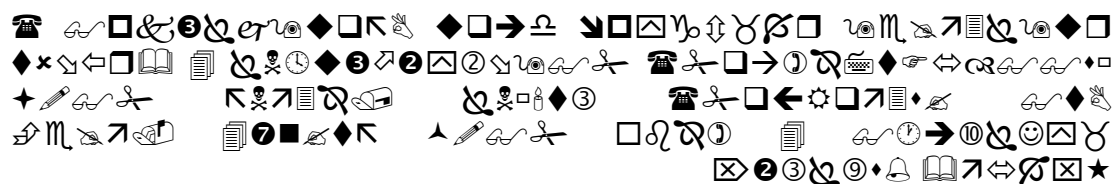
Menurut penulis selama penelitian yang dilakukan kepada masyarakat, keberadaan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah sangat baik. Hadiah yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah kepada nasabah tidak diketahui oleh semua masyarakat. Hal ini dikarenakan dalam pemberian hadiah

¹¹ *Ibid*, h. 388.

berlaku syarat-syarat tertentu berdasarkan ketentuan yang berlaku pada bank, yakni nasabah yang memiliki saldo minimum sebesar Rp 50.000 dan kelipatannya dapat di sertakan sebagai peserta undian, namun pelaksanaan undian yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tanpa sepengetahuan nasabah.

3. Produk

Produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah berupaya mengikuti keinginan nasabah atau masyarakat disekitar. Dengan demikian, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah berusaha menciptakan produk sesuai dengan keinginan masyarakat sekitarnya. Islam memandang untuk menarik nasabah perlu adanya suatu produk yang berkualitas. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 148 :



“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya.

Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.(QS. Al-Baqarah : 148).¹²

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan nasabah mengenal keberadaan bank tersebut melalui mulut ke mulut, selain dari promosi karyawan dan cara lainnya. Menurut nasabah bahwa produk yang ada pada

¹² *Ibid*, h. 28.

PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah telah sesuai dengan syari'ah, meskipun kurang dalam segi pengembangannya, semua yang ada pada produk itu menurut nasabah sudah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

4. Pelayanan

Dalam menarik nasabah yang terpenting adalah pelayanan yang diberikan dapat dirasakan oleh nasabah. Karena dengan pelayanan yang baik akan memberikan rasa puas kepada nasabah. Selain pelayanan tentunya fasilitas yang di berikan atau yang disediakan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu bank.

PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah dalam melakukan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan syari'ah, hal ini terbukti dengan pelayanan kepada nasabah dilayani dengan baik oleh karyawan, sehingga nasabah merasa sangat bahagiakan.

Selain sistem pelayanan di atas, penulis menyimpulkan fakta lain mengatakan nasabah masih merasakan kurang puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh bank kepada nasabah, fasilitas yang dirasakan belum maksimal, seperti hasil dari beberapa wawancara dengan beberapa nasabah, menyatakan bahwa kurang puasnya nasabah tersebut dalam merasakan fasilitas itu di karenakan tidak tersedia sistem yang cepat dalam hal bertransaksi, misalnya komputer yang ada di bank tersebut selalu macet sehingga untuk mengetahui transaksinya hari ini harus menunggu hingga dua hari atau bisa lebih. Selain dari sistem programnya, kurang kepuasan nasabah terhadap

fasilitas yang di sediakan yaitu tempat parkirannya yang terasa kecil sehingga nasabah lebih suka berjalan kaki ke bank tersebut.

Untuk secara keseluruhan dalam strategi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah untuk menarik nasabah penulis dapat menyimpulkan bahwa langkah yang tempuh oleh bank tersebut mulai dari promosi, hadiah, produk serta pelayanannya telah sesuai dengan syari'ah dan sudah berdasarkan syariah Islam. Hanya saja dari segi fasilitas yang disediakan kurang dirasakan oleh nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah penulis kemukakan di atas maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan:

1. Strategi PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah

Dalam menarik nasabah, strategi bersaing yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah melalui promosi, hadiah, produk dan pelayanan. Dimana dalam strategi bersaing PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah sudah menerapkan sistem syariah, akan tetapi masih lemah dan masih kurang terkoordinir seperti promosi yang dilakukan masih kurang, pelayanan yang kurang cepat, dan fasilitas yang masih belum memadai.

2. Tinjauan Ekonomi Islam

Dengan etika sesuai Islam dan prinsip-prinsip dalam etika Ekonomi Islam, strategi bersaing yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah telah mendapatkan respon yang baik dari kalangan masyarakat dalam halnya promosi, hadiah, produk dan pelayanan. PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah telah berusaha bertindak syariah sebagai pemegang amanah telah berlaku jujur, memberikan rasa aman, nyaman dan menguntungkan kepada masyarakat. Upaya-upaya yang dilakukan dengan cara persuasif, artinya

mengajak dan memotivasi masyarakat untuk rajin menabung dengan menggunakan jasa-jasa keuangan yang Islami.

B. SARAN-SARAN

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah penulis kemukakan diatas, maka penulis akan dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi persaingan yang terjadi saat ini, maka PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah harus lebih gencar dalam melakukan promosi seperti yang diharapkan responden. Karena promosi juga merupakan senjata utama bagi setiap perusahaan terutama perusahaan yang tengah dihadapkan pada persaingan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah sendiri. Promosi yang akan dilakukan terlebih dahulu harus melalui proses pertimbangan dan analisa yang diteliti.
2. Produk-produk yang dihasilkan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah diharapkan memiliki standar kualitas yang baik agar mampu bersaing dengan produk-produk bank lainnya. Karena beberapa kriteria nasabah menilai produk-produk tabungan yang memiliki manfaat dan keuntungan yang besar baginya.
3. Dari sudut pandang pelayanannya, PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah sudah memiliki predikat cukup baik. Untuk itu diharapkan PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah tetap mempertahankan prestasi kerja atau kinerja yang sudah mereka raih saat ini. Namun tidak berarti PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah cukup terhadap pelayanan yang mereka berikan, tetapi diharapkan agar dapat lebih meningkatkan pelayanan semaksimal mungkin dan berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Mujahidin. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Burhan Bungin. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Brosur PT. Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Semarang: PT. Karya Toha Putra
- David Faulkner. 1997. *Strategi Kompetitif*. Yogyakarta: Andi
- David W. Craven. 1996. *Pemasaran Strategi*. Jakarta: Erlangga
- Didin Hafidhuddin. 2003. *Manajemen Syariah*. Jakarta: Gema Insani
- Fandy Tjiptono. 2008. *Stategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Faisal Badroen. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Hendi Suhendi. 2008. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hermawan Kertajaya. 2006. *Strategy Marketing*. Jakarta: Mizan Media Utama
- Holil Asy'ari. Personalia. *Wawancara*. Tanggal 31 Mei 2011
- Imam Tirmizi. 1994. *Sunan At-Tirmizi*. Darul Fikr
- Idri Titik Triwulan Tutik. 2008. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Indonesia
- Kasmir. 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- , 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Muhammad. 2004. *Teknik Penghitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- , 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPPAMP YKPN
- , 2005. *Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- M. Nur Rianto Al-Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- M. Suyanto. 2007. *Marketing Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Masri Singarimbun dan Sopian Efendi. 1995. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia
- Muhammad Syamsul Ma'arif. 2003. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Gresikindo
- Mustafa Edwin Nasution. 2007. *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana
- Murti Sumarni. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty
- Rahmad Syafei. 2001. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Sulaiman Rasyid. 2008. *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Lengkap)*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Sutrisno Hadi. 1987. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Yayasan Fakultas Psikologi UGM
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Setya Yuwana Sudikan. 2001. *Ragam Metode Pengumpulan Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Setya Yuwana Sudikan. 2001. *Ragam Metode Pengumpulan Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Zubairi Hasan. 2009. *Undang-Undang Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers